

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y
NEGOCIOS

TEMA

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y SU
IMPACTO EN EL NIVEL DE INGRESOS DE LA
FÁBRICA DE AGUARDIENTE “PURO PUYO”, EN
LA CIUDAD DE PUYO, PROVINCIA DE
PASTAZA

Trabajo de Investigación previo a la obtención del título de
Ingeniero(a) en Administración de Empresas y Negocios

AUTOR:

Loaiza Benítez Delfina Gertrudis

DIRECTOR:

Mgp. Ing. Núñez Torres Luis Gabriel

AMBATO – ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Investigación “ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y SU IMPACTO EN EL NIVEL DE INGRESOS DE LA FÁBRICA DE AGUARDIENTE “PURO PUYO”, EN LA CIUDAD DE PUYO, PROVINCIA DE PASTAZA” presentado por DELFINA GERTRUDIS LOAIZA BENÍTEZ para optar por el título de Ingeniero(a) en Administración de Empresas y Negocios, CERTIFICO, que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 31 de agosto de 2016.

Mgp. Ing. Gabriel Núñez T.

DIRECTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero/a en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica de los autores.

Delfina Gertrudis Loaiza Benítez

C.I. 160036675-9

AGRADECIMIENTO

Primeramente agradezco a Dios por permitirme concluir esta etapa de mi preparación profesional, a mis padres por haber inculcado en mí la perseverancia para lograr mis objetivos y a mi esposo por su fuerza y apoyo incondicional para terminar este proyecto.

A mi tutor Ing. Gabriel Núñez, por haberme direccionado con sus conocimientos en el desarrollo del presente trabajo, realmente ha sido un aporte invaluable.

Gracias

DEDICATORIA

Me gustaría dedicar el presente trabajo a toda mi familia.

A mi esposo José, por su apoyo, su motivación y sobre todo su amor y comprensión durante la etapa universitaria, festejando juntos cada triunfo y consolándome en los momentos difíciles, todos los sacrificios han valido la pena.

A mi preciosa hija Valentina por ser mi fuente de inspiración y motivación para superarme cada día.

Delfina Gertrudis Loaiza Benítez

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Pág.
PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
RESUMEN EJECUTIVO	xi
ABSTRACT.....	xii
INTRODUCCIÓN	1
 CAPITULO I	 2
EL PROBLEMA	2
Tema.....	2
Planteamiento del Problema	2
<i>Contextualización</i>	2
Macro contextualización.....	2
Meso contextualización	4
Micro contextualización	5
Análisis crítico.....	6
Prognosis	7
Formulación del problema.....	8
Delimitación de la Investigación	8

Justificación.....	8
Objetivos	9
Objetivo General.....	9
Objetivos Específicos	9
 CAPÍTULO II	 10
MARCO TEÓRICO	10
Fundamentación Legal	10
Categorías Fundamentales.....	16
Constelación de Ideas	17
Variable Independiente	17
Variable Dependiente	18
Fundamentación Teórica	19
 CAPÍTULO III.....	 40
METODOLOGÍA	40
Enfoque	40
Modalidad de Investigación	40
Niveles o tipos	41
Población	41
Muestra.....	44
Operacionalización de Variables	45
 CAPÍTULO IV	 47
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	47

CAPITULO V	67
PROPUESTA	67
Datos informativos	67
Justificación	68
Objetivos	69
General	69
Específicos	69
Modelo operativo de ejecución de la propuesta	70
Modelo Gráfico	70
Modelo Verbal	71
Modelo Matemático	76
 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	94
Conclusiones	94
Recomendaciones	94
 BIBLIOGRAFÍA	96
ANEXOS	98

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla N° 1: Gasto de consumo monetario mensual del hogar en bebidas alcohólicas periodo 2011-2012 en dólares	3
Tabla N° 2: Requisitos del Aguardiente de caña.....	11
Tabla N° 3: Población de empleados	42
Tabla N° 4: Categorización de sujetos	42
Tabla N° 5: Población Provincia de Pastaza	42
Tabla N° 6: Población de 20-49 años - Provincia de Pastaza	43
Tabla N° 7: Dimensión conductual	43
Tabla N° 8: Dimensión geográfica	43
Tabla N° 9: Dimensión demográfica	43
Tabla N° 10: Variable Independiente: Organización Administrativa	45
Tabla N° 11: Variable Dependiente: Nivel de Ingresos	46
Tabla N° 12: Pregunta 1.	48
Tabla N° 13: Pregunta 2.	49
Tabla N° 14 : Pregunta 3.	50
Tabla N° 15: Pregunta 4.	51
Tabla N° 16: Pregunta 5.	52
Tabla N° 17: Pregunta 6.	53
Tabla N° 18: Pregunta 7.	54
Tabla N° 19: Pregunta 8.	55
Tabla N° 20: Pregunta 9.	56
Tabla N° 21: Medición nivel de ingresos Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”.	66
Tabla N° 22: Modelo Matemático	76

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico N° 1: Árbol de Problemas	6
Gráfico N° 2: Red de Inclusiones Conceptuales	16
Gráfico N° 3: Constelación de Ideas de la Variable Independiente	17
Gráfico N° 4: Constelación de Ideas de la Variable Dependiente	18
Gráfico N° 5: La Administración en las organizaciones	19
Gráfico N° 6: Proceso Administrativo	20
Gráfico N° 7: Proceso Administrativo	21
Gráfico N° 8: Diseño organizacional	22
Gráfico N° 9: Características de los sistemas mecánico y orgánico	25
Gráfico N° 10: Organizaciones mecanicistas frente a orgánicas.....	26
Gráfico N° 11: Formas de departamentalización	27
Gráfico N° 12: Pregunta 1.	48
Gráfico N° 13: Pregunta 2.	49
Gráfico N° 14: Pregunta 3.	50
Gráfico N° 15: Pregunta 4.	51
Gráfico N° 16: Pregunta 5.	52
Gráfico N° 17: Pregunta 6.	53
Gráfico N° 18: Pregunta 7.	54
Gráfico N° 19: Pregunta 8.	56
Gráfico N° 20: Pregunta 9.	57
Gráfico N° 21: Equipo Técnico responsable	68
Gráfico N° 22: Modelo gráfico	70

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y SU IMPACTO EN EL
NIVEL DE INGRESOS DE LA FÁBRICA DE AGUARDIENTE “PURO
PUYO”, EN LA CIUDAD DE PUYO, PROVINCIA DE PASTAZA.

Autor: Delfina Loaiza B.

Director: Ing. Gabriel Núñez

RESUMEN EJECUTIVO

En la presente investigación se plantea el problema existente, que es la administración empírica de la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”, problema que se presenta por el desconocimiento del propietario y la falta de personal calificado que administre la empresa de manera técnica y formal. El presente proyecto tiene como objetivo proponer un modelo de organización administrativa con enfoque a mejorar el nivel de ingresos de la empresa. La metodología que se propone seguir comprende la modalidad de campo, donde se analiza la situación de la empresa, y bibliográfica o documental, en la que se obtiene información documental y teórica del tema presentado. Se plantearon encuestas a los clientes y se realizaron entrevistas al propietario y empleados de la empresa, arrojando resultados que confirman el problema planteado. El trabajo es de gran importancia para la empresa ya que aporta con una herramienta administrativa que dará inicio a una etapa de formalización que permitirá implementar procesos administrativos tendientes a mejorar la productividad y la rentabilidad, otorgándole prestigio y reconocimiento en el entorno en el que desarrolla sus actividades.

DESCRIPTORES: Organización Administrativa, Estructura Organizacional, Manual de Organización y Funciones, Nivel de Ingresos.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y SU IMPACTO EN EL
NIVEL DE INGRESOS DE LA FÁBRICA DE AGUARDIENTE “PURO
PUYO”, EN LA CIUDAD DE PUYO, PROVINCIA DE PASTAZA.

Autor: Delfina Loaiza B.

Director: Ing. Gabriel Núñez

ABSTRACT

In the present investigation there appears the existing problem, which is the empirical administration of the Brandy Factory “Puro Puyo”, problem that appears for the ignorance of the owner and the absence of qualified personnel that there administers the company of a technical and formal way. The present project takes as a target to propose a model of administrative organization with approach to improve the level of income of the company. The methodology that he proposes to continue comprises the field form, where the situation of the company is analyzed, and bibliographical or documentary, in that there is obtained documentary and theoretical information of the presented topic. They appeared you poll the clients and there were realized made out the owner and personnel of the company, throwing results that confirm the raised problem. The work is of big importance for the company since it reaches port with an administrative tool that will give beginning to a stage of formalization that will allow to implement administrative processes tending to improve the productivity and the profitability, granting him prestige and recognition in the environment in which it develops its activities.

DESCRIPTORS: Administrative organization, Organizational structure, Manual of Organization and Functions, Income Level.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad las empresas deben estar conscientes de los cambios que se dan en el entorno y estar preparadas para enfrentarlos de manera eficaz y eficiente mediante la aplicación de procesos administrativos, de manera especial en la organización administrativa.

El presente trabajo de investigación consta de los siguientes capítulos:

En el capítulo 1 se plantea el problema mediante la macro, meso y micro contextualización, se presenta el análisis crítico, la prognosis, formulación del problema, delimitación de la investigación, la justificación y los objetivos de la investigación.

En el capítulo 2, referente al marco teórico, se presenta la fundamentación legal, las categorías fundamentales de la variable dependiente e independiente, la constelación de ideas de cada variable objeto de estudio y la fundamentación teórica de los temas específicos de las categorías fundamentales y constelación de ideas.

En el capítulo 3 se describe la metodología a utilizar en la investigación, el enfoque, las modalidades de investigación, los niveles o tipos, se determina la población objeto de estudio y mediante la categorización de sujetos y el estudio de segmentación de mercado se obtiene la muestra de los sujetos a ser investigados, también se determina las técnicas e instrumentos a utilizar mediante la operacionalización de cada variable.

En el capítulo 4 se presenta el análisis e interpretación de datos obtenidos de la aplicación de encuestas a los consumidores, la realización de entrevistas al gerente-propietario y empleados de la empresa, y la ficha de observación del trabajo de campo.

En el capítulo 5 se plantea la propuesta que pretende dar solución al problema presentado en la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo” y se exponen las respectivas conclusiones y recomendaciones obtenidas de la ejecución de la investigación.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Tema

Organización Administrativa y su impacto en el nivel de ingresos de la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”, en la ciudad de Puyo, provincia de Pastaza.

Planteamiento del Problema

Contextualización

Macro contextualización

Originalmente, según datos históricos, el aguardiente está presente en el Ecuador por al menos tres siglos, desde que la corona española estableció estancos para la elaboración de este producto y dispuso que la Real Hacienda sea la propietaria de la destilación. (Archivo Nacional del Ecuador, s.f.). Además el estado hasta el año 1985 tenía el control de los centros de producción de aguardiente, en ese mismo año se eliminaron los estancos y el INEN establece la norma 362 la cual establece los requisitos que debe cumplir el aguardiente de caña rectificado, para ser considerado apto para el consumo humano. (Servicio Ecuatoriano de Normalización, s.f.)

En nuestro país empresas como Ceilmaca Compañía licorera, Corporación Azende, Embotelladora Azuaya S.A., Industria Licorera Villa S.A. se dedican a la producción de una variedad de bebidas alcohólicas y aguardiente, tales como: Cristal, Zhumir, Caña manabita, Quindiano, Frontera, Norteño, Licor del valle, entre otros, las mismas que cuentan con estructuras administrativas definidas que regulan sus procesos productivos y les permite posicionar sus productos en el mercado maximizando sus ganancias.

Las bebidas alcohólicas forman parte de la cultura ecuatoriana, se consumen en festividades de cualquier índole y en diferentes situaciones del diario vivir, en el presupuesto de gastos de las familias se destina un valor mensual para la adquisición de bebidas alcohólicas de acuerdo al siguiente detalle:

Tabla N° 1: Gasto de consumo monetario mensual del hogar en bebidas alcohólicas periodo 2011-2012 en dólares

Provincia	Bebidas destiladas	Vinos	Cerveza	Consumo total por provincia
Azuay	\$ 130.925,45	\$ 3.893,37	\$ 220.217,59	\$ 355.036,41
Bolívar	\$ 7.863,76	\$ 16,82	\$ 30.555,24	\$ 38.435,82
Cañar	\$ 34.085,08	\$ 49,78	\$ 88.915,57	\$ 123.050,42
Carchi	\$ 34.482,42	\$ 377,67	\$ 51.511,34	\$ 86.371,43
Cotopaxi	\$ 36.658,06	\$ 1.462,49	\$ 141.547,77	\$ 179.668,32
Chimborazo	\$ 35.019,78	\$ -	\$ 94.979,65	\$ 129.999,42
El Oro	\$ 96.168,46	\$ 1.926,92	\$ 652.390,54	\$ 750.485,92
Esmeraldas	\$ 110.319,86	\$ 283,95	\$ 438.764,10	\$ 549.367,91
Guayas	\$ 323.490,65	\$ 49.703,86	\$ 2.944.553,63	\$ 3.317.748,14
Imbabura	\$ 58.346,84	\$ 21.913,15	\$ 197.350,00	\$ 277.610,00
Loja	\$ 66.536,69	\$ 476,90	\$ 134.311,47	\$ 201.325,07
Los Ríos	\$ 120.812,74	\$ 80,48	\$ 716.447,66	\$ 837.340,88
Manabí	\$ 279.439,55	\$ 3.014,84	\$ 1.391.663,97	\$ 1.674.118,36
Morona Santiago	\$ 9.967,49	\$ 447,03	\$ 54.500,36	\$ 64.914,87
Napo	\$ 10.601,59	\$ 27,15	\$ 49.017,79	\$ 59.646,53
Pastaza	\$ 7.872,83	\$ 1.044,85	\$ 41.697,96	\$ 50.615,65
Pichincha	\$ 603.954,14	\$ 97.946,64	\$ 1.699.890,65	\$ 2.401.791,43
Tungurahua	\$ 91.143,64	\$ 3.498,87	\$ 239.122,82	\$ 333.765,32
Zamora Chinchipe	\$ 22.599,73	\$ 52,80	\$ 31.526,16	\$ 54.178,68
Galápagos	\$ 8.913,77	\$ 692,21	\$ 70.730,52	\$ 80.336,51
Sucumbios	\$ 8.184,92	\$ 148,95	\$ 173.456,19	\$ 181.790,05
Orellana	\$ 18.079,03	\$ 18,07	\$ 141.284,69	\$ 159.381,80
Santo Domingo	\$ 43.172,33	\$ 607,37	\$ 220.276,73	\$ 264.056,44
Santa Elena	\$ 7.418,60	\$ -	\$ 218.655,30	\$ 226.073,89
TOTALES	\$ 2.166.057,40	\$ 187.684,18	\$ 10.043.367,69	\$ 12.397.109,28

Fuente: Encuesta nacional de Ingresos y Gastos en hogares urbanos y rurales. (INEC)

En julio y enero de 2011, el consumo de licor adulterado en Ecuador provocó una masiva intoxicación que dejó 48 muertos y once ciegos. En ese mismo periodo, 591 personas fueron atendidas en el sistema sanitario público, confirmándose 243 casos de intoxicación por metanol (uso industrial) y una tasa de letalidad de 19,75% al registrarse la muerte de 48 afectados. Los casos confirmados de intoxicados por metanol en licores se registraron en once de las 24 provincias. Los Ríos fue la más afectada, con 116 pacientes y 20 fallecidos. La emergencia obligó a las autoridades a declarar el estado de excepción por dos meses. (Ministerio del Interior, s.f.)

En junio del 2012 el Gobierno, a través del Comité de Comercio Exterior (COMEX), estableció una modificación arancelaria sobre la cerveza de malta, el vino espumoso, la sidra y otras bebidas con alcohol, como cremas, aguardiente y vodka, que pasaron de pagar un arancel ad valorem (sobre valor) del 20 por ciento a cancelar un arancel mixto del 1 por ciento y USD 0,25 por grado alcohólico. (Biblioteca Banco Central del Ecuador, s.f.). Lo que ocasionó que disminuya la venta de licores importados, pero benefició a las empresas nacionales que incrementaron sus ventas y por ende su nivel de ingresos.

Meso contextualización

En la provincia de Pastaza, de acuerdo a datos estimados de productores, se cultivan aproximadamente 2.500 Has. de caña de azúcar, de las cuales el 40% se destina a la producción de panela, 30% a la producción de aguardiente y 30% a la comercialización como caña de fruta.

Existen alrededor de 40 productores artesanales de aguardiente, distribuidos en las Parroquias 10 de Agosto, Puyo, Veracruz, Madre Tierra, siendo la comunidad La Mariscal, de la Parroquia 10 de Agosto, la que tiene mayor concentración de productores, que al no contar con estructuras administrativas definidas la

producción se la realiza de manera informal, empírica y sin ningún control de parte de los organismos correspondientes.

Los mayores tributos fijados por el Gobierno Nacional ocasionaron el alza de los licores importados disminuyendo las importaciones, según datos del Banco Central de enero a noviembre de 2012 se importaron \$11,13 millones en licores, mientras que en el mismo periodo del 2011 fueron \$15,49 millones. (Banco Central del Ecuador, s.f.).

Debido al cambio en los hábitos los consumidores han optado por consumir bebidas artesanales, en Puyo después de la cerveza, el consumidor prefiere aguardiente. Estas oportunidades que se han presentado para los productores de la Provincia de Pastaza pueden ser aprovechadas siempre y cuando cuenten con estructuras administrativas definidas que les permitan ser competitivos y de esta manera mejoren su nivel de ingresos.

Micro contextualización

La Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo” ubicada en el Km. 1.5 de la vía Puyo – 10 de Agosto, sector el Danubio, ciudad de Puyo, provincia de Pastaza, es una microempresa que se dedica a la producción y comercialización de aguardiente puro de caña, inicia sus actividades en el año 1948 y registra su establecimiento en el Servicio de Rentas Internas el 24 de febrero de 1996.

La empresa comercializa su producto de manera directa al consumidor final en un único punto de venta ubicado en la ciudad de Puyo, el aguardiente se expende envasado en botellas de polietileno de alta densidad con tapa de polietileno de alta densidad, en presentaciones de 500 ml, 1 litro, 2 litros y 1 galón, con un grado alcohólico de 45%, actualmente registra ventas mensuales promedio de 1800 litros con un ingreso aproximado de \$ 4500.

Al ser una empresa familiar, ha transcendido por tres generaciones desarrollando sus actividades de manera empírica, basados en las experiencias de sus antecesores. De acuerdo a sus posibilidades han logrado innovar sus instalaciones y procesos de producción, cuentan con todos los permisos de funcionamiento requeridos, el aguardiente cuenta con registro sanitario y se encuentra en proceso el registro de la marca en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual IEPI.

Análisis crítico

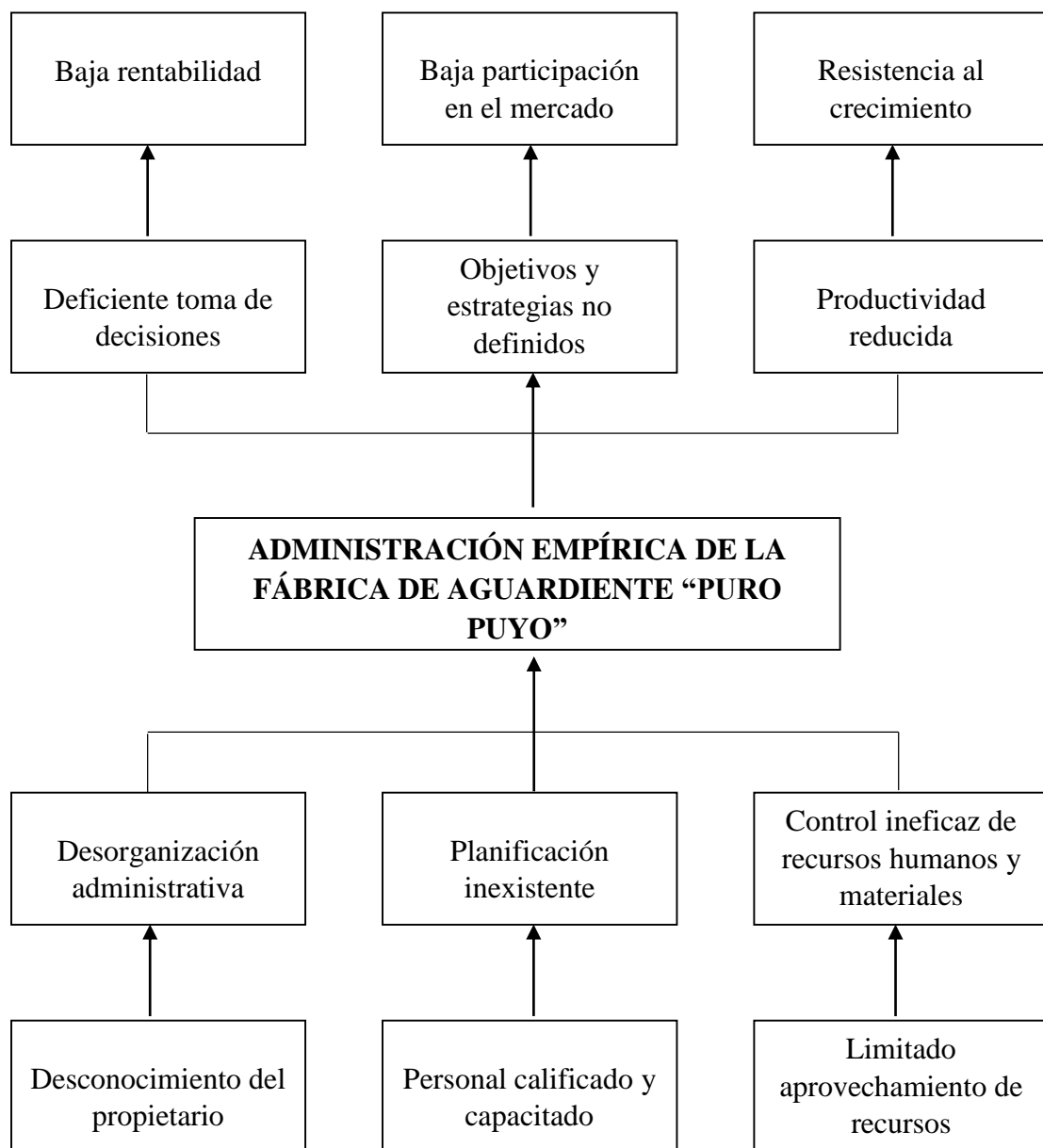


Gráfico N° 1: Árbol de Problemas
Elaborado por: Delfina Loaiza

Debido al desconocimiento del propietario de la Fábrica de Aguardiente "Puro Puyo" la empresa ha venido desarrollando sus actividades de manera empírica, existe desorganización administrativa lo que ha ocasionado que exista deficiente toma de decisiones y por lo tanto baja rentabilidad.

Sin el apoyo de personal calificado y capacitado para dirigir la empresa no ha existido planificación de las actividades a desarrollar, lo cual ha provocado que no se definan objetivos y estrategias que permitan el desarrollo y progreso de la empresa, razón por la cual tiene baja participación en el mercado.

El limitado aprovechamiento de recursos debido al control ineficaz de los mismos ha ocasionado que la empresa mantenga una productividad reducida a lo largo de los años, factor que ha sido predominante y que ha provocado la resistencia de la empresa al crecimiento.

Prognosis

Si no se implementa una estructura organizacional en la Fábrica de Aguardiente "Puro Puyo" se seguirá afectando al progreso y desarrollo de la misma, ya que con el manejo empírico que se ha venido trabajando no existe la aplicación de funciones administrativas tales como planificar, organizar, dirigir y controlar.

Estará destinada a mantenerse como lo ha venido haciendo a lo largo de estos años, perdiendo la oportunidad de fijar bases para una correcta administración que le permita tomar decisiones correctamente, aprovechar de manera adecuada sus recursos y obtener excelentes resultados con mayor eficacia y eficiencia.

El no dar solución al problema existente generará conflictos al interior de la empresa lo que puede poner en riesgo el crecimiento y mejoramiento de su producción, se verán afectados los niveles de ingresos pudiendo llegar a tener pérdidas económicas que afecten la estabilidad y por ende la permanencia en el mercado de la Fábrica de Aguardiente "Puro Puyo".

Formulación del problema

¿Cómo la Organización Administrativa incide en el nivel de ingresos de la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”, en la ciudad de Puyo, provincia de Pastaza?

Delimitación de la Investigación

Campo: Administración

Área: Proceso administrativo

Aspecto: Organización Administrativa – Nivel de ingresos

Delimitación Espacial: Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”, en la ciudad de Puyo, provincia de Pastaza

Unidades de Observación: Clientes internos y externos

Delimitación Temporal: Año 2016

Justificación

El mejoramiento de la administración en pequeñas y medianas empresas es la única posibilidad que tienen para progresar y ser competitivos, porque de ello depende que se incremente la productividad y por ende su rentabilidad. El presente trabajo de investigación es muy importante y actual ya que la organización administrativa contempla la aplicación de técnicas, métodos, procesos y procedimientos que permiten coordinar y ordenar los recursos y tareas de la empresa y que de esta manera las actividades se ejecuten de manera eficaz y eficiente.

El principal beneficiario del presente proyecto de investigación es el propietario de la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo” que ha continuado con la tradición familiar que inició en el año 1948 y que a partir del año 2005, una vez que registra la actividad en el SRI da inicio a una época de formalización de la empresa, es así que el 24 de octubre del 2011 obtiene la calificación de Pequeña Industria N° 018-2011 de parte del Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO; en el año

2012 obtiene el registro sanitario; en el año 2014 tramita por primera vez el permiso de funcionamiento emitido por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA y en el año 2015 obtiene el Certificado de registro ambiental; siendo la organización administrativa un aporte significativo para el progreso y mejoramiento del nivel de ingresos de la empresa.

La investigación es de gran interés local puesto que en la provincia de Pastaza existe gran cantidad de fábricas de aguardiente que trabajan de manera informal y empírica, por lo que el presente trabajo es un referente que puede ser aplicado en estos lugares promoviendo la dinamización y mejoramiento del comercio y la economía en la provincia.

Este trabajo es factible realizar por cuanto la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo” tiene la necesidad de definir su estructura organizacional como complemento a lo que se ha venido mejorando en los últimos años, por lo que brinda todas las facilidades para la recolección de información, acceso a instalaciones, contacto con el personal, así como el apoyo económico para concluir el presente proyecto.

Objetivos

Objetivo General

Analizar el impacto de la organización administrativa en el nivel de ingresos de la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”.

Objetivos Específicos

- Evaluar la organización administrativa de la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”
- Medir el nivel de ingresos de la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”.
- Proponer un modelo de organización administrativa con enfoque a mejorar el nivel de ingresos de la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Fundamentación Legal

El presente trabajo de investigación está sustentado en las siguientes normas, leyes, códigos y reglamentos:

**NORMA TÉCNICA ECUATORIANA NTE INEN 362:2014 Quinta revisión
BEBIDAS ALCOHÓLICAS. AGUARDIENTE DE CAÑA.**

REQUISITOS

Primera Edición

1. OBJETO

1.1 Esta norma establece los requisitos que debe cumplir el aguardiente de caña, para ser considerado apto para el consumo humano.

2. DEFINICIONES

2.1 Aguardiente de caña (aguardiente). Es el producto obtenido mediante la fermentación alcohólica y destilación de jugos y otros derivados de la caña de azúcar de modo que conserve sus características organolépticas.

3. REQUISITOS

3.1 El aguardiente de caña debe cumplir con los siguientes requisitos:

3.1.1 Debe ser transparente, incoloro, con olor y sabor característicos del aguardiente de caña.

3.1.2 Se permite la adición de sustancias edulcorantes, ingredientes y aditivos alimentarios de acuerdo con la NTE INEN 2074 vigente, de tal manera que no altere la naturaleza del producto.

3.1.3 Se permite la mezcla entre materias primas proveniente de caña con diferentes concentraciones de congéneres, siempre que el producto resultante conserve las características propias.

3.1.4 No se permite contaminaciones con sustancias distintas a los productos propios de la fermentación.

3.1.5 Debe cumplir con los requisitos establecidos en la tabla 1.

Tabla N° 2: Requisitos del Aguardiente de caña

TABLA 1. Requisitos del aguardiente de caña				
REQUISITO	UNIDAD	MÍNIMO	MÁXIMO	MÉTODO DE ENSAYO
Grado alcohólico a 20°C	%v/v	28	50	NTE INEN 340
Furfural	mg/100 cm ³ (*)	—	1,5	NTE INEN 2014
Alcoholes superiores (ver nota)	mg/100 cm ³ (*)	—	150	NTE INEN 2014
Metanol	mg/100 cm ³ (*)	—	10	NTE INEN 347 o 2014
* El volumen de 100 cm ³ corresponde al alcohol absoluto.				
NOTA. Los alcoholes superiores comprenden: isopropanol, propanol, isobutanol, isoamilico, amilico.				

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN

3.1.6 El agua utilizada para hidratación debe ser potable, la que puede ser sometida a un proceso de tratamiento adecuado, de acuerdo a las exigencias del proceso de elaboración.

4. INSPECCIÓN

4.1 Muestreo. El muestreo se debe realizar de acuerdo a la NTE INEN 339.

5. ENVASADO

5.1 El aguardiente de caña debe envasarse en recipientes de material resistente a la acción del producto que no alteren las características del mismo.

6. ROTULADO

6.1 El rotulado debe cumplir con lo dispuesto en la NTE INEN 1933.

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

Sección octava

Trabajo y seguridad social

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Art. 34.- El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado. La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas. El Estado garantizará y hará efectivo el ejercicio pleno del derecho a la seguridad social, que incluye a las personas que realizan trabajo no remunerado en los hogares, actividades para el auto sustento en el campo, toda forma de trabajo autónomo y a quienes se encuentran en situación de desempleo.

CÓDIGO TRIBUTARIO

Capítulo IV

De los sujetos

Art. 23.- Sujeto activo.- Sujeto activo es el ente público acreedor del tributo.

Art. 24.- Sujeto pasivo.- Es sujeto pasivo la persona natural o jurídica que, según la ley, está obligada al cumplimiento de la prestación tributaria, sea como

contribuyente o como responsable. Se considerarán también sujetos pasivos, las herencias yacentes, las comunidades de bienes y las demás entidades que, carentes de personalidad jurídica, constituyan una unidad económica o un patrimonio independiente de los de sus miembros, susceptible de imposición, siempre que así se establezca en la ley tributaria respectiva.

Art. 25.- Contribuyente.- Contribuyente es la persona natural o jurídica a quien la ley impone la prestación tributaria por la verificación del hecho generador. Nunca perderá su condición de contribuyente quien, según la ley, deba soportar la carga tributaria, aunque realice su traslación a otras personas.

Capítulo III

Deberes formales del contribuyente o responsable

a) Art. 96.- Deberes formales.- Son deberes formales de los contribuyentes o responsables:

1. Cuando lo exijan las leyes, ordenanzas, reglamentos o las disposiciones de la respectiva autoridad de la administración tributaria:

- a) Inscribirse en los registros pertinentes, proporcionando los datos necesarios relativos a su actividad; y, comunicar oportunamente los cambios que se operen;
- b) Solicitar los permisos previos que fueren del caso;
- c) Llevar los libros y registros contables relacionados con la correspondiente actividad económica, en idioma castellano; anotar, en moneda de curso legal, sus operaciones o transacciones y conservar tales libros y registros, mientras la obligación tributaria no esté prescrita;
- d) Presentar las declaraciones que correspondan; y,
- e) Cumplir con los deberes específicos que la respectiva ley tributaria establezca.

2. Facilitar a los funcionarios autorizados las inspecciones o verificaciones, tendientes al control o a la determinación del tributo.

3. Exhibir a los funcionarios respectivos, las declaraciones, informes, libros y documentos relacionados con los hechos generadores de obligaciones tributarias y formular las aclaraciones que les fueren solicitadas.
4. Concurrir a las oficinas de la administración tributaria, cuando su presencia sea requerida por autoridad competente

REGLAMENTO DE COMPROBANTES DE VENTA, RETENCIÓN Y DOCUMENTOS COMPLEMENTARIOS

Capítulo I DE LOS COMPROBANTES DE VENTA, RETENCIÓN Y DOCUMENTOS COMPLEMENTARIOS

Art. 1.- Comprobantes de venta.- Son comprobantes de venta los siguientes documentos que acreditan la transferencia de bienes o la prestación de servicios o la realización de otras transacciones gravadas con tributos:

- a) Facturas;
- b) Notas de venta - RISE;
- c) Liquidaciones de compra de bienes y prestación de servicios;
- d) Tiquetes emitidos por máquinas registradoras;
- e) Boletos o entradas a espectáculos públicos; y,
- f) Otros documentos autorizados en el presente reglamento.

Art. 2.- Documentos complementarios.- Son documentos complementarios a los comprobantes de venta, los siguientes:

- a) Notas de crédito;
- b) Notas de débito; y,
- c) Guías de remisión.

LEY DE HIDROCARBUROS

DISPOSICIONES GENERALES

QUINTA.- La Dirección Nacional de Hidrocarburos proveerá y facilitará las autorizaciones de distribución de derivados de hidrocarburos y gas licuado de petróleo para el área rural o suburbana que comercializan cuantías domésticas de consumo local, y que estén destinadas a actividades agropecuarias, pequeña industria y artesanales. El incumplimiento de lo dispuesto en esta Disposición General será causal de remoción o destitución inmediata de sus funciones o la inmediata terminación del vínculo contractual de los responsables, según corresponda.

La Dirección Nacional de Hidrocarburos reglamentará lo atinente a determinar el alcance y cuantificación de las cuantías domésticas de uso local señaladas en esta Disposición General.

INSTRUCTIVO PARA OTORGAR AUTORIZACIONES PARA LA COMPRA Y TRANSPORTE DE DERIVADOS DEL PETRÓLEO EN CUANTÍAS DOMESTICAS (Publicado en el Segundo Suplemento del Registro Oficial N° 621 del jueves 05 de noviembre del 2015)

Art. 2. ALCANCE.- El presente Instructivo se aplicará a las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, públicas, privadas o mixtas, que requieran comprar derivados de los hidrocarburos en cuantías domésticas en centros de distribución del segmento automotriz y transportarlos para ser utilizados en actividades agropecuarios, pequeñas industrias y artesanales, lícitas y debidamente declaradas en un volumen menor a dos mil (2.000) galones mensuales por producto.

Categorías Fundamentales

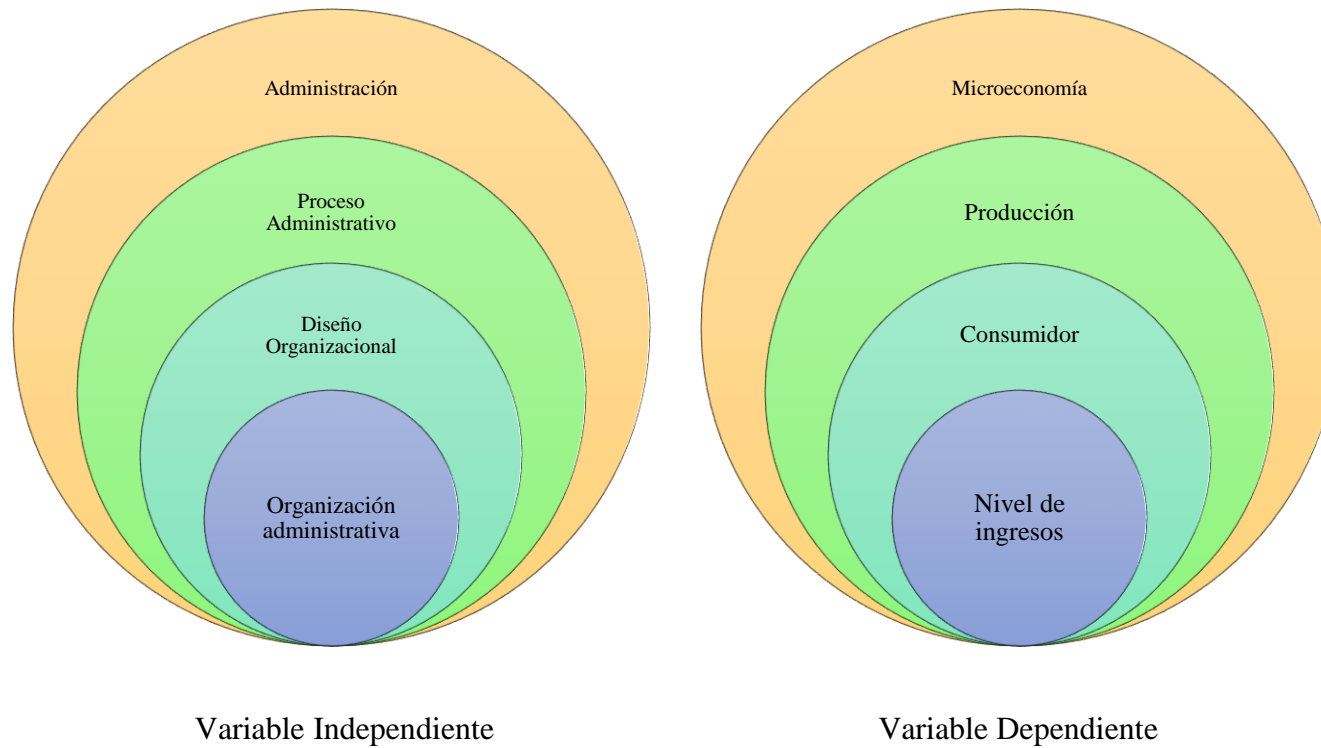


Gráfico N° 2: Red de Inclusiones Conceptuales
Elaborado por: Delfina Loaiza

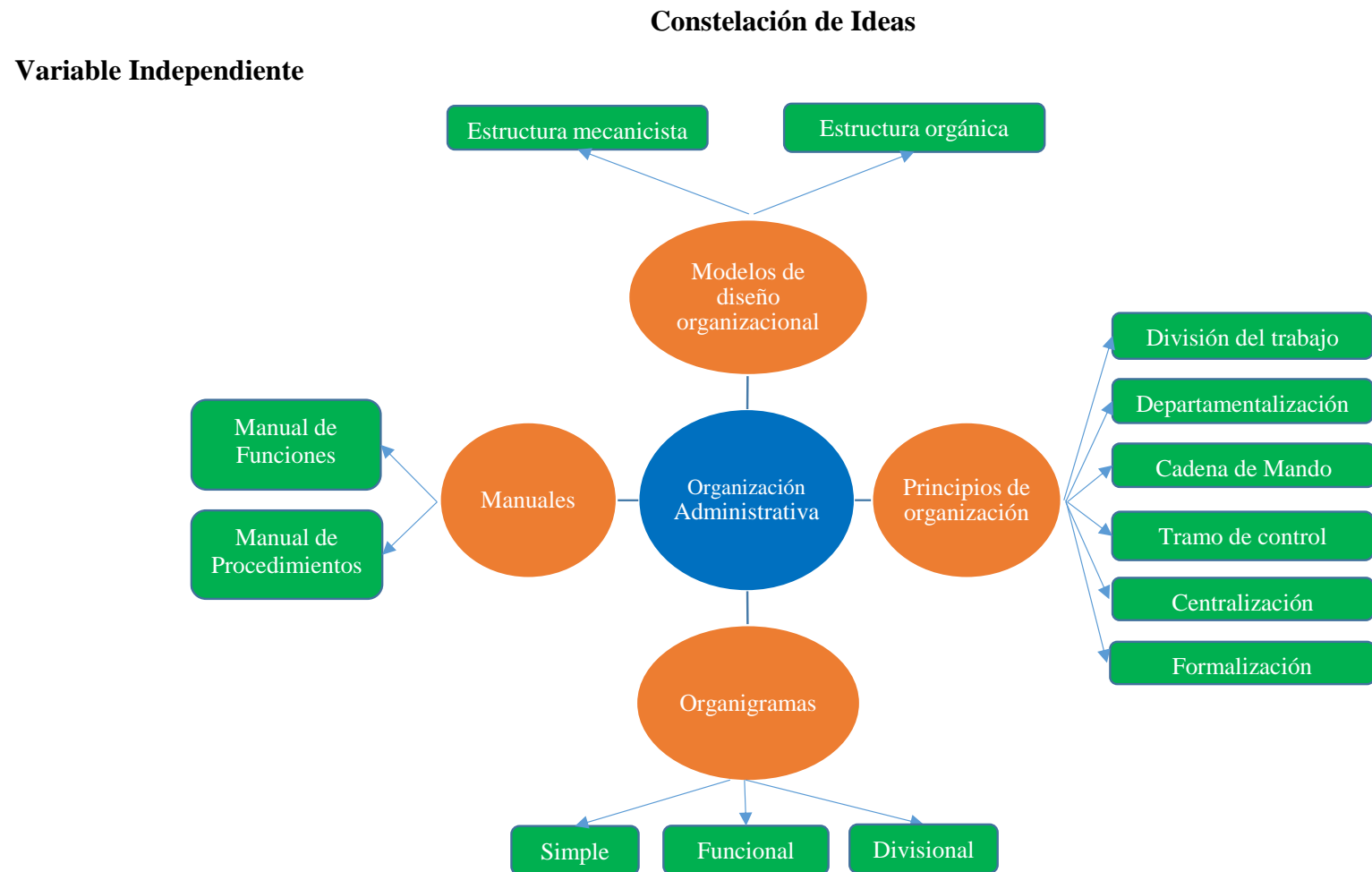


Gráfico N° 3: Constelación de Ideas de la Variable Independiente
Elaborado por: Delfina Loaiza

Variable Dependiente

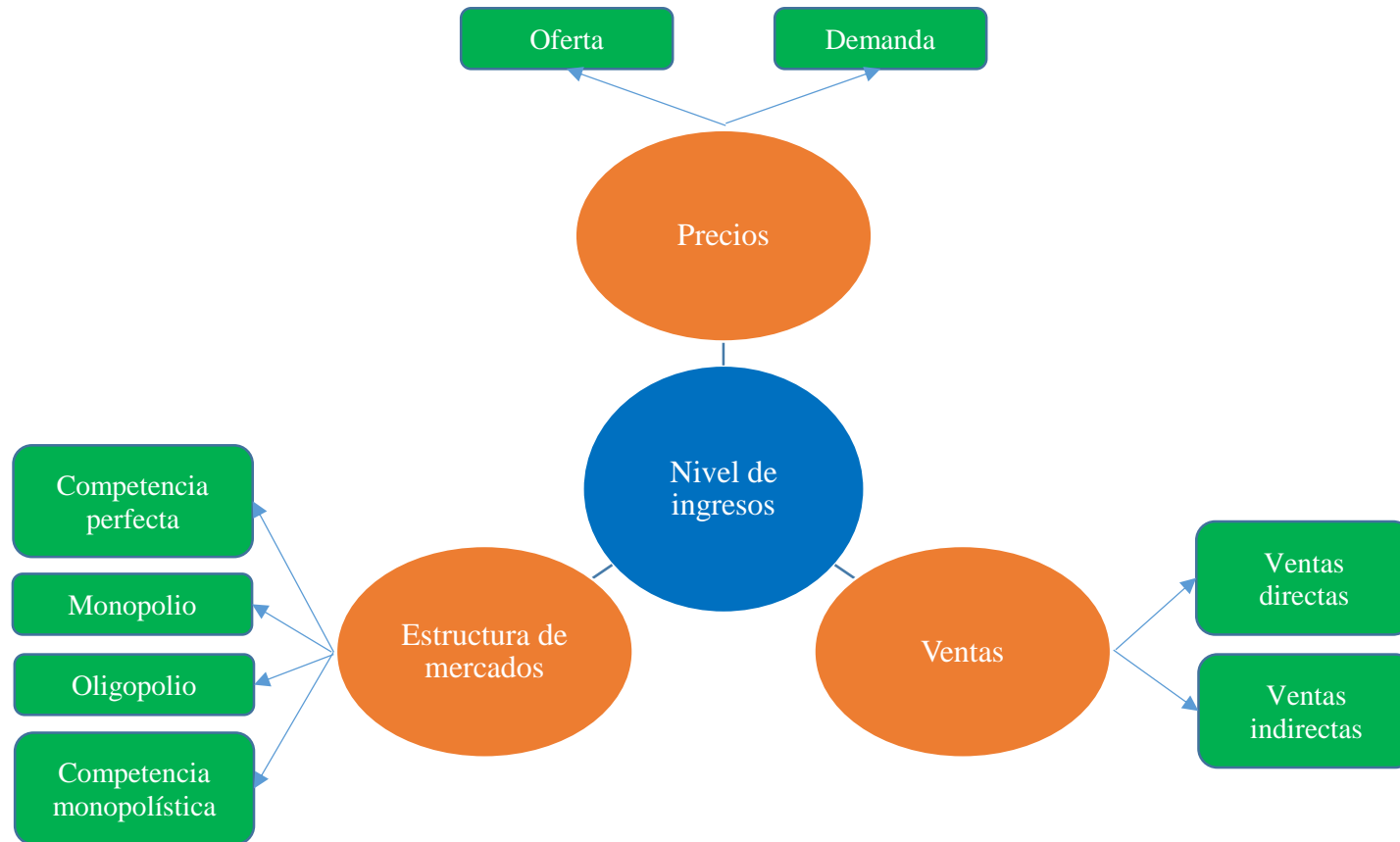


Gráfico N° 4: Constelación de Ideas de la Variable Dependiente
Elaborado por: Delfina Loaiza

Fundamentación Teórica

Administración

La administración se fundamenta en dirigir los recursos materiales y humanos hacia la consecución de los objetivos comunes de las organizaciones; para esto, la administración se encarga de diseñar un ambiente de trabajo óptimo para poder alcanzar de forma eficiente los objetivos seleccionados. Los directivos son los encargados de llevar a cabo las tareas de administración: planificación, organización, selección e integración de personal, dirección, control. (Gil, 2010)

La administración es lo que hacen los gerentes, involucra la coordinación y supervisión de las actividades de otras personas, de tal forma que se realicen de forma eficiente y eficaz, garantiza que las personas responsables de realizar actividades laborales las realicen eficiente y eficazmente, es a lo que aspiran los gerentes. (Robbins & Coulter, 2010)

La administración se define como el conjunto de actividades: planeación y toma de decisiones, organización, dirección y control, encaminadas a los recursos humanos, financieros, físicos y de información de una organización con el fin de lograr las metas organizacionales de manera eficiente y eficaz, siendo este el propósito básico de la administración, eficiente, utilizando los recursos de manera inteligente y eficaz de costos; eficaz, tomando las decisiones correctas e implementándolas exitosamente. (Griffin, 2011)

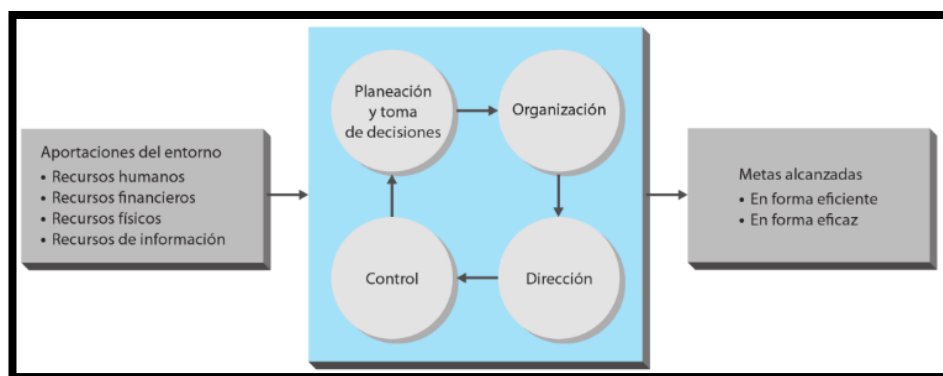


Gráfico N° 5: La Administración en las organizaciones

Fuente: Según Griffin Ricky (2011). Libro de Administración

La Administración es la aplicación de las funciones administrativas: planificación, organización, dirección y control, direccionada a los todos los recursos de una organización con el propósito de cumplir los objetivos y metas organizacionales de manera eficaz y eficiente.

Proceso Administrativo

Los administradores tienen bajo su responsabilidad planear, organizar y dirigir las actividades en las organizaciones, para cumplir con esto, ejecutan cuatro funciones básicas que conforman lo que se conoce como Proceso Administrativo, funciones vitales que fueron determinadas por Henry Fayol, debido a la necesidad de sistematizar las tareas de una empresa. Se llama proceso administrativo porque en las organizaciones se sistematiza las actividades importantes para cumplir los objetivos, primeramente se fijan estos objetivos, luego se definen los recursos necesarios, se coordinan actividades y para finalizar se comprueba el cumplimiento de los objetivos. (Blandez, 2016)

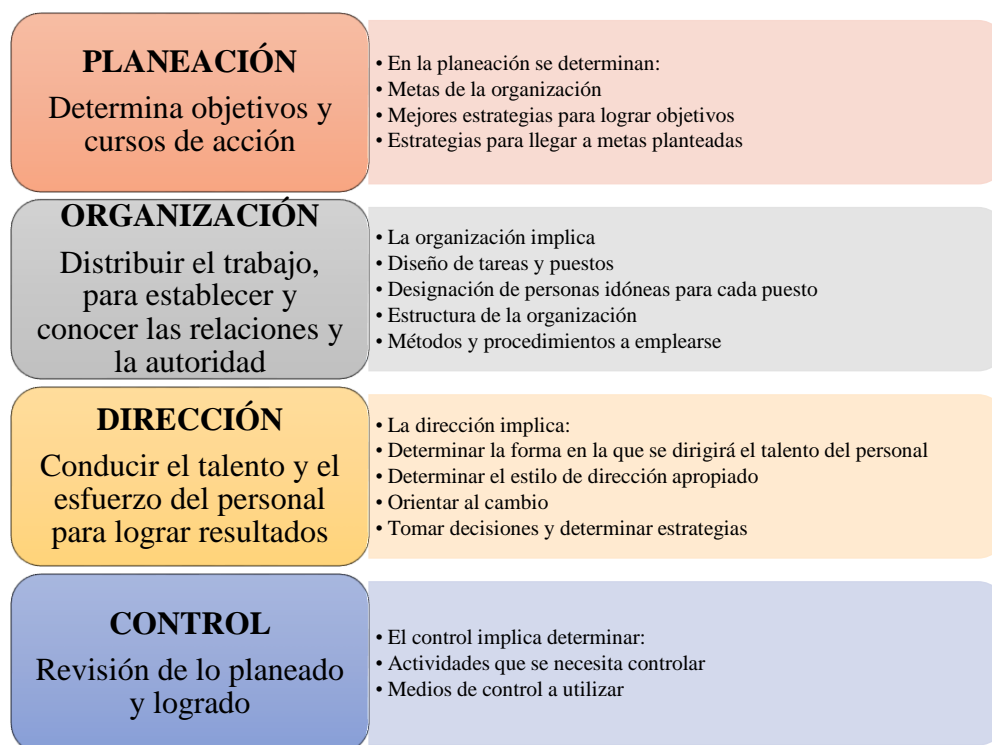


Gráfico N° 6: Proceso Administrativo

Fuente: Según Blandez María (2016). Libro de Proceso Administrativo

Elaborado por: Delfina Loaiza

Henri Fayol, a principios del siglo veinte, propuso que los gerentes ejecutan cinco funciones: planear, organizar, mandar, coordinar y controlar; hoy en día se han resumido a cuatro: planeación, organización, dirección y control. En la planeación se definen objetivos, estrategias para lograrlos y se proponen planes con la finalidad de integrar y coordinar actividades. En la organización, los gerentes se encargan de acordar y estructurar el trabajo para el logro de las metas de la empresa, determinan tareas a realizar, las personas que las ejecutarán, la forma en las que se agruparán, la supervisión y el nivel en el que se tomarán las decisiones. La dirección se ocupa de trabajar con el personal para a través de ellos lograr los objetivos, los gerentes dirigen motivando a sus subordinados, ayudando a resolver conflictos, promoviendo una comunicación efectiva, lidiando con asuntos del comportamiento del personal. La función final del proceso administrativo es el control, una vez que se han cumplido las tres funciones anteriores, los gerentes se encargan de evaluar y dar seguimiento al rendimiento, que debe medirse con los objetivos establecidos y en caso de no cumplirse debe reajustar el trabajo; la función de control consiste en el seguimiento, comparación y corrección. (Robbins & Coulter, 2010)



Gráfico N° 7: Proceso Administrativo

Fuente: Según Griffin Ricky (2011). Libro de Administración

El proceso administrativo consiste en la ejecución de las funciones básicas propuestas por Henri Fayol, iniciando por la planificación, que comprende el establecimiento de objetivos, metas y estrategias; la organización, donde se distribuye el trabajo, establece y conoce las relaciones y la autoridad; mediante la dirección se conduce el talento y el esfuerzo del personal para lograr resultados; y por último, la función de control se encarga de la revisión de lo planeado y logrado.

Diseño organizacional

El diseño organizacional es la creación o cambio de la estructura de una organización, es un proceso en el que se involucra decisiones enfocadas en los siguientes elementos clave: especialización del trabajo, departamentalización, cadena de mando, tramo de control, centralización y descentralización, y formalización. (Robbins & Coulter, 2010)

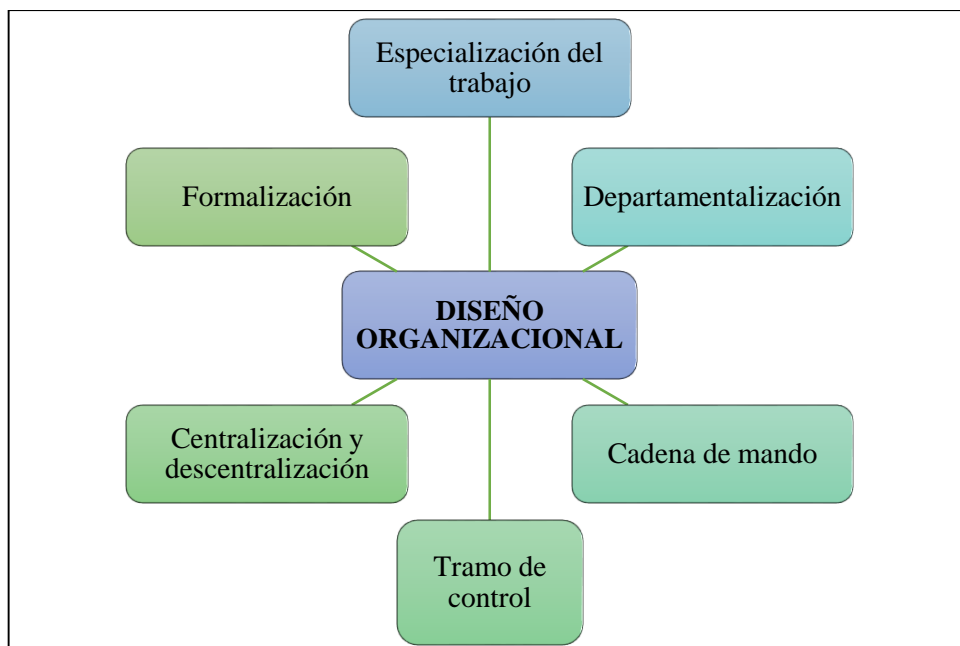


Gráfico N° 8: Diseño organizacional

Fuente: Robbins Stephen & Coulter Mary (2010). Libro de Administración

Elaborado por: Delfina Loaiza

Los administradores mediante el diseño organizacional dan forma a las organizaciones, buscando dimensiones que describan sus rasgos específicos, parecido como la personalidad y los rasgos físicos describen a las personas. Estas

dimensiones son de dos tipos: estructurales y contextuales, las primeras describen las características internas de la organización, mientras que las contextuales especifican a toda la organización, su tamaño, tecnología, entorno y metas. (Daft, 2012)

El diseño organizacional es la actividad con la cual los administradores dan forma a las organizaciones considerando dimensiones como: especialización del trabajo, departamentalización, cadena de mando, tramo de control, centralización y descentralización, y formalización.

Organización administrativa

La organización es una actividad necesaria e importante en la empresa, ya que es de carácter continuo, es el medio a través del cual se busca la mejor manera de cumplir los objetivos, suministra métodos para el desempeño eficiente de actividades con el mínimo esfuerzo, evita la ineficiencia de las actividades, reduciendo costos y por ende aumentando la productividad, delimita funciones y responsabilidades.

La organización establece la estructura necesaria para la sistematización racional de los recursos de una empresa a través de la asignación de jerarquías; así como de la disposición, correlación y agrupación de actividades, con la finalidad de poder realizar y simplificar las funciones del personal. Debemos considerar los siguientes elementos como parte principal de la organización: estructura, sistematización, agrupación, jerarquía, simplificación de funciones. (Blandez, 2016)

La organización es la estructuración técnica de las relaciones existentes entre las funciones, jerarquías y responsabilidades individuales necesarias en una empresa para lograr su mayor eficiencia. (Blas, 2014)

La organización es el medio a través del cual se establece la estructura necesaria entre las funciones, tareas, jerarquías y responsabilidades de una empresa con la finalidad de cumplir los objetivos, reduciendo costos y aumentando la productividad.

Modelos de Diseño Organizacional

Organización mecanicista

La organización mecanicista o burocrática, es rígida, pretende alcanzar niveles altos de eficiencia a través de documentación muy formalizada, responsabilidad de puestos definida estrictamente, alta especialización, pronunciada cadena de mando y toma de decisiones centralizada. Estas organizaciones se crean para manejar tareas rutinarias y conceder estabilidad a las relaciones humanas. (Sánchez, 2010)

La organización mecanicista es una estructura rígida y muy controlada, se caracteriza por: gran especialización, rígida departamentalización, tramo de control limitado, formalización alta, red de información limitada y poca participación de niveles inferiores en la toma de decisiones. Este modelo se esfuerza por alcanzar la eficiencia y depende ampliamente de reglas, normas, tareas estandarizadas y controles similares. (Robbins & Coulter, 2010)

La organización mecanicista se esfuerza por lograr la eficiencia, se caracteriza por ser una estructura rígida, muy formalizada, con alta especialización, cadena de mando pronunciada, toma de decisiones centralizada, gran especialización, departamentalización rígida, tramo de control limitado.

Organización orgánica

Esta organización pretende maximizar la flexibilidad y la adaptabilidad al entorno, existe baja especialización, la toma de decisiones es descentralizada, la

formalización de tareas se reduce al mínimo y se redefinen continuamente, la comunicación es fluida entre los miembros de la organización y con organizaciones externas. La organización orgánica crea un entorno agradable para el trabajo e infunde una sensación de valía y autoestima a las personas. (Sánchez, 2010)

La organización orgánica es una estructura muy adaptable y flexible, tienen tareas especializadas pero no estandarizadas, las actividades se organizan en torno a equipos de trabajo, el personal está muy capacitado y tiene suficiente autoridad para manejar varias actividades y problemas, requiere mínimas reglas formales y poca supervisión directa. (Robbins & Coulter, 2010)

La organización orgánica es muy flexible y adaptable al entorno, se caracteriza por tener baja especialización, las actividades se organizan en torno a equipos de trabajo, la toma de decisiones es descentralizada, la formalización es reducida y se redefine de manera continua, cuenta con personal capacitado con suficiente autoridad para manejar diferentes actividades y problemas, posee fluida comunicación interna y externa, y crea un entorno agradable de trabajo infundiendo valía y autoestima a las personas.

		Mecanicista (énfasis en la producción)	Orgánico (énfasis en la capacidad de adaptación)
Medios organizativos	Complejidad.....	Baja	Alta
	Centralización.....	Alta	Baja
	Formalización.....	Alta	Baja
	Estratificación.....	Alta	Baja
Fines organizativos	Adaptación.....	Baja	Alta
	Producción.....	Alta	Baja
	Eficiencia.....	Alta	Baja
	Satisfacción trabajo...	Baja	Alta

Gráfico N° 9: Características de los sistemas mecánico y orgánico

Fuente: Según Sánchez Esteban (2010). En el Libro Administración de empresas, un enfoque interdisciplinar

MECANICISTA	ORGÁNICA
<ul style="list-style-type: none"> • Alta especialización • Departamentalización rígida • Clara cadena de mando • Tramos de control limitados • Centralización • Gran formalización 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipos interfuncionales • Equipos multijerárquicos • Libre flujo de información • Grandes tramos de control • Descentralización • Poca formalización

Gráfico N° 10: Organizaciones mecanicistas frente a orgánicas

Fuente: Robbins Stephen & Coulter Mary (2010). Libro de Administración

Principios de organización

División del trabajo

La división del trabajo o especialización del trabajo es un mecanismo importante de la organización administrativa, consiste en dividir las actividades laborales en tareas separadas, con esto, cada empleado hace una parte de una actividad, en lugar de hacerla toda, ayuda a los empleados a ser más eficientes y se aumenta los resultados. (Robbins & Coulter, 2010)

La especialización o división del trabajo es el grado en el que las actividades organizacionales se encuentran subdivididas en tareas separadas. Cuando la especialización es muy extensa, cada trabajador realiza una parte limitada de tareas. Cuando la especialización es baja, los trabajadores cumplen una gran variedad de tareas. (Daft, 2012)

La división o especialización del trabajo es el principio de la organización administrativa que consiste en dividir las actividades laborales en tareas separadas logrando que los empleados sean más eficientes y aumentando los resultados ya que cada empleado hace una parte de cierta actividad, en lugar de hacerla toda.

Departamentalización

La departamentalización es la manera en la que se agrupan los puestos de trabajo en una empresa, con la finalidad de que el trabajo se realice de manera coordinada e integrada. (Robbins & Coulter, 2010)

La departamentalización es uno de los principios clásicos en el diseño de organización, se define como la agrupación de actividades por unidades, considerando la finalidad de las tareas. (Blandez, 2016)

La departamentalización consiste en la agrupación de los puestos de trabajo considerando la finalidad de las tareas, con esto se consigue que el trabajo se realice de manera coordinada e integrada.

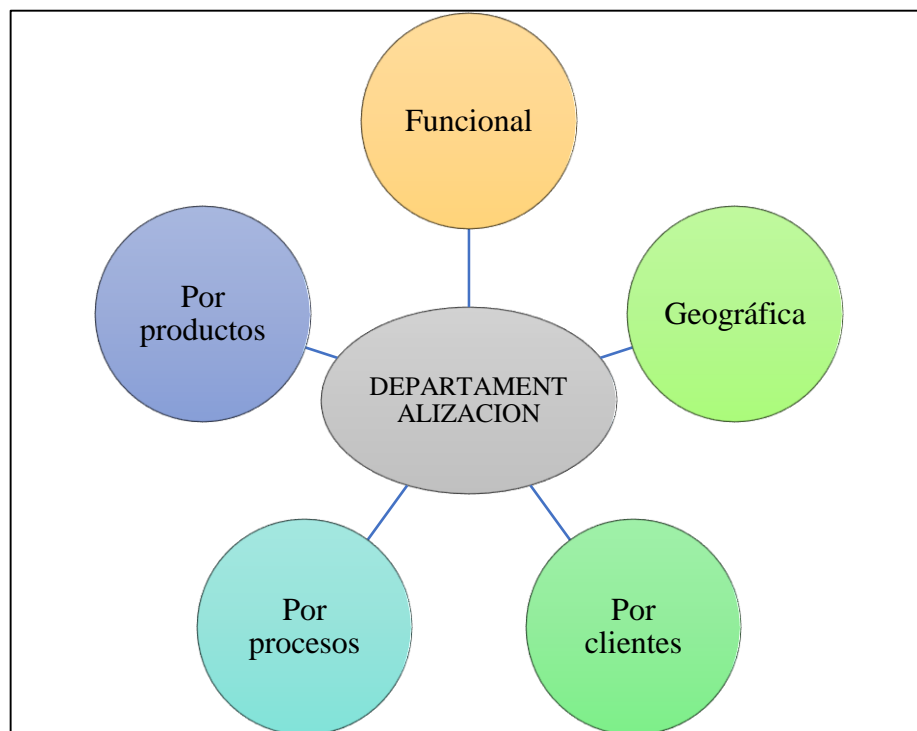


Gráfico N° 11: Formas de departamentalización

Fuente: Robbins Stephen & Coulter Mary (2010). Libro de Administración

Elaborado por: Delfina Loaiza

Cadena de mando

La cadena de mando es el conjunto de relaciones de subordinación, abarca la jerarquía desde los niveles superiores hasta los más bajos, para cada nivel existe un superior que es el encargado de supervisar el cumplimiento de las tareas asignadas a cada individuo. (Blandez, 2016)

La cadena de mando es la línea de autoridad que se extiende desde los niveles más altos de la empresa hasta los más bajos, con la finalidad de especificar quién supervisa a quién, esto ayuda a los empleados a saber a quién reportar su trabajo o a quién acudir si tienen un problema. (Robbins & Coulter, 2010)

La cadena de mando determina las relaciones de subordinación en una empresa, es la línea de autoridad que se extiende desde los niveles superiores hasta los más bajos, cada nivel cuenta con una persona responsable de supervisar el cumplimiento de sus subordinados, ayuda a los empleados a saber a quién deben reportar su trabajo y las novedades.

Tramo de control

Según (Blandez, 2016), el tramo de control determina el límite para el número de empleados que puede coordinar un solo ejecutivo, el número de grupos de actividades que puede coordinar depende de:

- La similitud o diferencia de los puestos subordinados.
- La posición geográfica de los empleados que están a su cargo.
- La complejidad de las tareas de los empleados que debe supervisar.
- La estabilidad de los negocios.
- La frecuencia con que se presentan problemas nuevos.

El tramo de control consiste en determinar a cuántos trabajadores puede dirigir un gerente de manera eficiente y eficaz. Determinar el tramo de control es importante porque permite determinar el número de niveles y de gerentes de una

organización, con lo cual se puede considerar que tan eficiente es una empresa. (Robbins & Coulter, 2010)

El tramo de control sirve para determinar el número de empleados que puede dirigir un solo gerente, y hacerlo de manera eficiente y eficaz. Determinando el tramo de control permite establecer número de niveles y de gerentes necesarios en una empresa, con esto se puede analizar qué tan eficiente es la empresa.

Centralización

La centralización se refiere al nivel jerárquico que tiene la autoridad para tomar una decisión. La organización está centralizada cuando el proceso de toma de decisiones se mantiene en el nivel superior. Está descentralizada cuando las decisiones se delegan a niveles organizacionales más bajos. (Daft, 2012)

La centralización es la concentración de la toma de decisiones en los niveles superiores de la organización. Una organización está más centralizada cuando los ejecutivos de alto nivel toman decisiones claves con escasa información de sus subordinados y está descentralizada cuando los niveles inferiores toman decisiones o aportan con más información a los niveles superiores para la toma de decisiones. (Robbins & Coulter, 2010)

La centralización consiste en la concentración de la toma de decisiones en el nivel jerárquico superior de una organización, al contrario, cuando en la toma de decisiones se involucra a los niveles inferiores se habla de descentralización.

Formalización

La formalización hace referencia a la cantidad de documentación escrita que existe en la organización y que describen el comportamiento y las actividades, esta documentación incluye procedimientos, descripciones de puestos, regulaciones y manuales de políticas. Habitualmente, la formalización se mide

únicamente contando el número de páginas de la documentación al interior de la organización. (Daft, 2012)

La formalización describe el grado de estandarización de las actividades y trabajos de una organización y hasta qué grado el comportamiento de los empleados es guiado por reglas y procedimientos. Existen organizaciones muy formalizadas en las que hay descripciones explícitas, variedad de reglas organizacionales y procedimientos claramente definidos que abarcan los procesos del trabajo. (Robbins & Coulter, 2010)

La formalización se refiere a los documentos escritos que describen el grado de estandarización de las actividades y trabajos de una organización y hasta qué grado las reglas y procedimientos guían el comportamiento de los empleados. Los documentos incluyen procedimientos, descripciones de puestos, reglas organizacionales, regulaciones y manuales de políticas.

Organigramas

Organigrama de estructura simple

Es un diseño organizacional con baja departamentalización, amplios tramos de control, la autoridad está centralizada en una sola persona y existe poca formalización. La mayoría de empresas comienzan como iniciativas emprendedoras con una estructura simple, no obstante, conforme se incrementa el número de empleados, realizan cambios en su estructura, volviéndola más especializada y formalizada. (Robbins & Coulter, 2010)

Es el tipo de organización que identifica a muchas pequeñas empresas, donde la dirección coincide con la propiedad. Esta estructura consta de bajos niveles de formalidad, complejidad y división del trabajo, la toma de decisiones es muy centralizada. Es adecuada para entornos dinámicos y para empresas de tamaño pequeño. (Sánchez, 2010)

Estructura donde la dirección de la empresa coincide con la propiedad, tienes bajos niveles de formalidad, complejidad y división del trabajo, baja departamentalización, amplios tramos de control, toma de decisiones muy centralizada.

Organigrama de estructura funcional

Es un diseño organizacional en el que se agrupa especialidades ocupacionales afines o relacionadas, puede considerarse como una departamentalización funcional aplicada a toda la empresa. (Robbins & Coulter, 2010)

Esta estructura se construye alrededor de los inputs necesarios para cumplir las actividades de la empresa, agrupa las tareas en departamentos de acuerdo con la semejanza en el uso de habilidades, conocimientos y recursos, y presenta una coordinación centralizada de los diversos departamentos. Es común en medianas empresas y en aquellas con una gama relativamente pequeña de productos. (Sánchez, 2010)

La estructura funcional reúne las actividades por funciones comunes desde la base hasta la cima de la organización, agrupa las tareas en departamentos según la semejanza en el uso de habilidades, conocimientos y recursos, existe coordinación centralizada de los diferentes departamentos.

Organigrama de estructura divisional

Es la estructura organizacional formada por unidades o divisiones de negocios separadas, cada división cuenta con autonomía limitada, un gerente divisional con autoridad sobre su unidad que es responsable del desempeño de la misma. En algunos casos la corporación matriz habitualmente actúa como supervisor externo. (Robbins & Coulter, 2010)

También denominada como estructura de producto o unidades estratégicas de negocio, en esta estructura, las divisiones se pueden organizar considerando los

productos individuales, servicios, grupos de productos, principales proyectos o programas, divisiones, negocios o centros de utilidades, la principal característica es que la agrupación se realiza en base a resultados organizacionales. (Daft, 2012)

La estructura divisional está formada por divisiones organizadas de acuerdo con el producto, servicio, grupo de productos, proyectos o programas, negocios o centros de utilidades de la empresa; cada división cuenta con autonomía limitada y un gerente divisional. Se utiliza cuando hay varias líneas de producto, para llevar mejor control y delimitar responsabilidades.

Manuales

Manual de Funciones

El manual de organización y funciones MOF es el documento que describe en detalle la estructura organizacional, señala los cargos existentes y las relaciones entre ellos, incluye aspectos como: jerarquías, grados de autoridad, ámbitos de control de cada nivel organizacional responsabilidades, funciones y actividades de cada unidad administrativa. (Blas, 2014)

Manual de Procedimientos

El manual de procedimientos es el documento descriptivo y de sistematización normativa, con carácter instructivo e informativo, que contiene de manera detallada las acciones a seguir en la ejecución de procesos para el cumplimiento de funciones, debe tener coherencia con los dispositivos legales y/o administrativos, que regulan el funcionamiento de la empresa. (Blas, 2014)

Microeconomía

Es la rama de la teoría económica, que estudia el comportamiento del productor, en cuanto a oferta y demanda, con la finalidad de fijar los costos de producción y los precios del mercado. La microeconomía se encarga del estudio de las

unidades decisorias individuales, tales como empresas, familias y consumidor individual. (Blas, 2014)

La microeconomía es la rama de la economía que estudia el comportamiento de entidades individuales, tales como, hogares, mercados, empresas. La microeconomía converge con la macroeconomía para integrar el núcleo de la economía moderna. (Samuelson & Nordhaus, 2010)

La microeconomía es la rama de la economía que estudia las entidades individuales, como empresas, familias, mercados, consumidor; en cuanto a oferta y demanda; estudia el comportamiento del productor con la finalidad de fijar costos de producción y precios de mercado.

Producción

La función de producción especifica el nivel máximo de producción que se puede elaborar con cierta cantidad determinada de insumos y recursos. Se define como un estado dado del conocimiento técnico y de ingeniería. (Samuelson & Nordhaus, 2010)

La producción es el proceso por el cual se crean los bienes y servicios económicos. Es la actividad de cualquier sistema económico que se organiza para producir, distribuir y consumir los bienes y servicios necesarios para satisfacer las necesidades humanas. (Blas, 2014)

La producción es el proceso para crear bienes o servicios necesarios para satisfacer las necesidades de los consumidores considerando la cantidad determinada de insumos y recursos.

Consumidor

Ser consumidores es un común denominador entre todas las personas, todos los seres humanos consumimos o usamos alimentos, ropa, transporte, educación, en fin, lo que satisfaga nuestras necesidades. El consumidor forma parte importante

de la estructura económica, doméstica e internacional. Nuestras decisiones como consumidores afectan la demanda de materias primas, maquinaria, componentes y servicios que pueden llevar a las empresas al éxito o al fracaso. (Cárdenas, 2014)

Los consumidores con sus decisiones de compra determinan las ventas y beneficios de las empresas, lo que busca el consumidor no es el producto en sí, sino los beneficios o servicios que éste le aporta y que le permite satisfacer sus deseos y necesidades. (Mollá, Gloria, Gómez, & Quintanilla, 2014)

El consumidor forma parte importante de la estructura económica. Ser consumidores es una característica común entre todas las personas, a diario consumimos bienes o servicios con la finalidad de satisfacer nuestros deseos y necesidades. Nuestras decisiones de compra afectan a la oferta y demanda, y por ende a la fijación de precios en el mercado.

Nivel de ingresos

El ingreso total corresponde al valor total de las ventas de un bien o servicio, es igual al precio multiplicado por la cantidad vendida. (Krugman, Wells, & Olney, 2008)

Según (Samuelson & Nordhaus, 2010), los ingresos totales de una empresa es el resultado del precio por la cantidad vendida. Muchas empresas desean saber si aumentando los precios elevarán o reducirán sus ingresos, para esto existe la relación entre la elasticidad-precio y los ingresos totales.

Los ingresos de una empresa están determinados por el total de las ventas de un producto o servicio, es el resultado de multiplicar el precio por la cantidad vendida. Los ingresos de una empresa varían en función de la elasticidad-precio de la demanda.

Precios

El precio es el valor de un producto o servicio expresado en términos de otro producto o servicio. Es el principal mecanismo de mercado mediante el cual se regula la oferta y demanda de bienes escasos. (Blas, 2014)

Los precios coordinan las decisiones de los productores y consumidores en un mercado. Cuando los precios son altos impulsan a la reducción de las compras de los consumidores e incentivan la producción. Por el contrario, cuando los precios son bajos, estimulan el consumo y desalientan la producción. Los precios son la rueda que equilibra el mecanismo de mercado. (Samuelson & Nordhaus, 2010)

El precio es el principal mecanismo de mercado a través del cual se regula la oferta y la demanda, es decir coordina las decisiones de los productores y consumidores. Los precios son la rueda de equilibrio del mercado.

Oferta

La oferta de un mercado normalmente se refiere, a los términos en los que las empresas producen y venden sus productos. La oferta relaciona la cantidad ofrecida de un bien a su precio de mercado, si todo lo demás se mantiene constante. Al analizar la oferta de un bien, lo que se mantiene constante incluye precios de los insumos, precios de bienes relacionados y políticas del Estado. (Samuelson & Nordhaus, 2010)

La oferta de un producto o servicio hace referencia a la cantidad que el productor está dispuesto a vender en el mercado a distintos precios. Existe una relación directa entre la oferta del productor y el precio del mercado, cuanto mayor sea el precio, la cantidad a sacar al mercado será mayor. (López, 2010)

La oferta se refiere a la cantidad que una empresa está dispuesta a producir y vender en el mercado a diferentes precios. La oferta del productor y el precio del

mercado están directamente relacionados, a mayor precio, la cantidad a sacar al mercado será mayor.

Demanda

La demanda hace referencia a que la cantidad de bienes que los consumidores adquieren depende de su precio. Cuanto mayor sea el precio de un artículo, y todo lo demás permanece constante, los consumidores están dispuestos a comprar menos unidades de ese bien. Cuanto más bajo es el precio de mercado, más unidades compran. (Samuelson & Nordhaus, 2010)

La demanda de un producto o servicio se refiere a la cantidad que el consumidor está dispuesto a comprar a diferentes precios de mercado. Existe una relación inversa entre las cantidades demandadas en el mercado y el precio de venta, mientras más alto sea el precio, la cantidad que el consumidor esté dispuesto a adquirir será menor, y viceversa. (López, 2010)

La demanda de un bien o servicio se refiere a que la cantidad que los consumidores adquieran depende del precio de mercado. El precio de venta y la cantidad demandada están inversamente relacionados, mientras más bajo sea el precio de mercado, la cantidad a adquirir por el consumidor será mayor, y viceversa.

Ventas

Ventas Directas

Venta directa o venta a domicilio es la comercialización que se realiza fuera del establecimiento comercial de bienes o servicios directamente del fabricante al consumidor, sin intermediarios, mediante la demostración personalizada por parte de un representante de la empresa vendedora. (Valdivia, 2015)

La venta directa consiste en hacer llegar el producto al cliente a través de vendedores propios, que pertenecen a la plantilla de trabajadores de la empresa, o agentes comerciales, que no pertenecen a la plantilla y actúan a nivel individual y venden por cuenta y en nombre del fabricante a cambio de una comisión en base a las ventas realizadas. (Escudero, 2014)

Ventas Indirectas

La venta indirecta consiste en hacer llegar el producto al cliente final a través de uno o más intermediarios, quienes compran el producto y lo revenden a un precio más alto. Existen dos tipos de intermediarios: los detallistas, que compran el producto al fabricante o al mayorista y lo venden al consumidor, y los mayoristas, que compran el producto directamente al fabricante, se lo venden al detallista quien posteriormente lo revenderá al consumidor final. (Escudero, 2014)

Estructura de mercados

Competencia perfecta

La competencia perfecta hace referencia a un mercado en el que no existe empresa o consumidor lo suficientemente grande como para afectar el precio de mercado; se habla de mercados perfectamente competitivos cuando producen una asignación eficiente de recursos, por lo que la economía se encuentra en su frontera de posibilidades de producción. Una empresa perfectamente competitiva vende un producto homogéneo y es demasiado pequeña para afectar el precio de mercado. (Samuelson & Nordhaus, 2010)

La competencia perfecta es una situación del mercado en la que existe un gran número de compradores y vendedores, y por lo tanto ninguno de ellos puede ejercer una influencia perceptible sobre el precio. En la competencia perfecta todas las empresas enfrentan una curva de demanda perfectamente elástica. (Blas, 2014)

La competencia perfecta es la competencia eficiente, se refiere al mercado que no cuenta con empresas o consumidores lo bastante grandes como para que puedan controlar el precio de mercado.

Monopolio

El monopolio es el caso extremo de la competencia imperfecta, se presenta, cuando un solo proveedor determina por sí solo el precio de un bien o servicio en particular, por cuanto es la única empresa que produce en su industria o sector, y no existe competidor que produzca un sustituto cercano. En la actualidad son raros los monopolios verdaderos, la mayoría persiste debido a alguna forma de protección o regulación de los Estados. (Samuelson & Nordhaus, 2010)

En el monopolio, el poder de mercado, lo tiene una única empresa capaz de fijar por sí sola el precio de venta de su producto, en este caso el consumidor no tiene capacidad de elección y ante un único oferente que fija el precio, solo puede decidir la cantidad a comprar. En este tipo de estructura existen fuertes barreras legales y de mercado que impiden y desaniman el ingreso de competidores. Es el tipo de mercado que genera producciones más ineficientes. (López, 2010)

El monopolio es el caso extremo de la competencia imperfecta, el poder de mercado lo tiene un solo vendedor que es capaz de fijar por sí solo el precio de venta de su producto o servicio, por cuanto no tiene competidores, su producto es único en el mercado y no tiene sustitutos cercanos.

Oligopolio

El término oligopolio hace referencia a “pocos vendedores”, su característica importante es que cada empresa individual puede influir en el precio de mercado. (Samuelson & Nordhaus, 2010)

Es una forma de mercado donde existen pocos vendedores de productos que pueden tener mínimas diferencias o ser idénticos, y donde cada uno de ellos tiene gran influencia sobre el precio de venta. (Blas, 2014)

El oligopolio se refiere al mercado donde hay un número pequeño de vendedores cuyos productos son similares, cada empresa puede influir en el precio de mercado.

Competencia monopolística

La competencia monopolística se presenta cuando un gran número de empresas producen productos diferenciados, es decir, que sus características importantes varían. La competencia monopolística se asemeja a la competencia perfecta en que hay muchos vendedores, ninguno con participación muy grande en el mercado, y se diferencia, en que los productos de las distintas empresas no son idénticos. (Samuelson & Nordhaus, 2010)

La competencia monopolística hace referencia a una situación de mercado libre donde existen un gran número de empresas con productos diferenciados claramente, lo cual otorga a cada competidor cierta posición dominante frente a los consumidores y minimiza la interdependencia entre las empresas competidoras. Cultivando y fortaleciendo el componente diferenciador de los productos, se alcanza la situación ideal de competencia monopolística. (Blas, 2014)

La competencia monopolística es un mercado libre que se asemeja a la competencia perfecta y donde existen gran cantidad de empresas, ninguna con alta participación en el mercado y con productos claramente diferenciados.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Enfoque

La investigación se orienta cognitivamente por lo cual es menester trabajar con los dos enfoques, cualitativo y cuantitativo:

El enfoque cualitativo se aplicará en esta investigación porque se orienta hacia la comprensión del problema objeto de estudio, puesto que permite llegar a la esencia del origen a través de un análisis profundo de causas y efectos que se consideran en el estudio de la organización administrativa y su impacto en el nivel de ingresos.

Se empleará el enfoque cuantitativo ya que permite medir la afectación en el nivel de ingresos a través de la utilización de técnicas especializadas en este campo, así como la organización de la empresa, dirigiéndose de forma especial a los resultados generados luego de la aplicación de la misma.

Modalidad de Investigación

Para la elaboración y ejecución del proyecto de investigación de la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”, se utilizarán las siguientes modalidades:

Modalidad de campo

Considerando que la organización administrativa de la empresa es el problema principal que se suscita se aspira llegar a su raíz mediante la aplicación de encuestas utilizando cuestionarios dirigidos a los consumidores y entrevistas dirigidas al personal de la misma, en el caso del estudio del nivel de ingresos se realizará mediante el uso de fichas de observación que permiten un contacto directo con el lugar de los hechos y a la vez se puede emitir un criterio acerca de lo que está sucediendo.

Modalidad Bibliográfica o Documental

Se utilizará libros e información que mantiene la empresa con el propósito de conocer el pasado y establecer relaciones, diferencias y el problema actual, al igual que los conocimientos impresos en las tesis de grado, la información del internet, los mismos que permitirán obtener la mayor y mejor información para determinar una propuesta adecuada.

Niveles o tipos

En la presente investigación se aplicará el nivel exploratorio ya que tendrá la finalidad de explorar lo concerniente con el problema objeto de estudio y tener una idea clara del mismo, para desarrollar la investigación, el investigador se pondrá en contacto con la realidad para identificar el problema, permitiéndole adquirir conocimientos y experiencias para plantear una propuesta como una posible solución.

Alcanza el nivel descriptivo al momento de describir el principal problema tal y como ocurre en la realidad, esto es la organización administrativa en la Fábrica Aguardiente Puro Puyo y el impacto en el nivel de ingresos.

Población

La población motivo de la presente investigación está dividida en: Empleados y Consumidores. La población de empleados está dividida de la siguiente manera:

Tabla N° 3: Población de empleados

PUESTOS	N°
Gerente-Propietario	1
Destilador	1
Jornaleros	6
Trabajador en general	1
TOTAL	9

Elaborado por: Delfina Loaiza

Para obtener la población de los consumidores se procede a elaborar la categorización de sujetos y el estudio de segmentación de mercado.

Tabla N° 4: Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Consumidor
¿Quién usa?	Consumidor
¿Quién decide?	Consumidor
¿Qué influye?	Cliente interno

Elaborado por: Delfina Loaiza

Tabla N° 5: Población Provincia de Pastaza

CANTÓN	Hombre	Mujer	Total
PASTAZA	30923	31093	62016
MERA	6079	5782	11861
SANTA CLARA	1856	1709	3565
ARAJUNO	3402	3089	6491
TOTAL	42260	41673	83933

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010 - INEC

Tabla N° 6: Población de 20-49 años - Provincia de Pastaza

Sexo	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	Total
Hombre	2743	2432	2063	1845	1460	1228	11771
Mujer	2845	2565	2191	1933	1485	1336	12355
Total	5588	4997	4254	3778	2945	2564	24126

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010 – INEC**Tabla N° 7:** Dimensión conductual

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
TIPO DE NECESIDAD:	Social, Pertenencia, Amistad
TIPO DE COMPRA:	Comparación
RELACIÓN CON LA MARCA:	Si
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:	Positiva

Elaborador por: Delfina Loaiza**Tabla N° 8:** Dimensión geográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
PAÍS:	Ecuador
REGIÓN:	Amazonía
CIUDAD URBANA Y RURAL:	Cantón Pastaza
TAMAÑO:	62016

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010 – INEC**Tabla N° 9:** Dimensión demográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN
OCUPACIÓN:	Varias	62016
SEXO:	Hombres / Mujeres	62016
EDAD:	20 – 49	24126

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010 – INEC

Muestra

En el caso de los empleados de la empresa, al tener una población con número reducido de elementos, sus mismos integrantes pasan a constituir la muestra.

Para el caso de los clientes se determinará los sujetos a ser investigados aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + Ne^2}$$

Dónde:

n= TAMAÑO DE LA MUESTRA

Z= NIVEL DE CONFIABILIDAD

P= PROBABILIDAD DE OCURRENCIA

Q= PROBABILIDAD DE NO OCURRENCIA

N= POBLACIÓN O UNIVERSO

e= ERROR DE LA MUESTRA (5% - 7%)

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 24126}{1.96^2 * 0.5 * 0.5 + 24126 * 0.07^2}$$

$$n = \frac{23,170.61}{0.96 + 118.22}$$

$$n = \frac{23,170.61}{119.18}$$

$$n = 194.42$$

$$n = 194$$

Operacionalización de Variables

Tabla N° 10: Variable Independiente: Organización Administrativa

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
La organización es el medio a través del cual se establece la estructura necesaria entre las funciones, tareas, jerarquías y responsabilidades de una empresa con la finalidad de cumplir los objetivos, reduciendo costos y aumentando la productividad.	Modelos de diseño organizacional	Estructura mecanicista Estructura orgánica	¿La empresa tiene una estructura definida?	Encuesta/Entrevista Cuestionario
	Principios de organización	División del trabajo Departamentalización Cadena de mando Tramo de control Centralización Formalización	Enumere las tareas y actividades que usted desempeña. ¿Conoce usted a quién debe reportar alguna novedad o problema en su área de trabajo? ¿Conoce los objetivos de la empresa? ¿La empresa se administra en base a principios?	
	Organigramas	Simple Funcional Divisional	¿La empresa cuenta con un organigrama?	
	Manuales	Manual de funciones Manual de procedimientos	¿Ha recibido algún documento en el que describa las tareas que debe desempeñar? ¿La empresa cuenta con un manual de funciones o de procedimientos?	

Elaborado por: Delfina Loaiza

Tabla N° 11: Variable Dependiente: Nivel de Ingresos

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Los ingresos de una empresa están determinados por el total de las ventas de un producto o servicio, es el resultado de multiplicar el precio por la cantidad vendida. Los ingresos de una empresa varían en función de la elasticidad-precio de la demanda.	Precios	Oferta Demanda	¿Considera que el precio del aguardiente está acorde a la calidad del mismo?	Encuesta Cuestionario
	Ventas	Ventas directas Ventas indirectas	¿Considera necesario que existan otros puntos de venta del aguardiente?	
	Estructura de mercados	Competencia perfecta Monopolio Oligopolio Competencia monopolística	Señale la principal características que considera al comprar el aguardiente: Precio Sabor Calidad Envase Punto de venta	

Elaborado por: Delfina Loaiza

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

En vista que la población motivo de la presente investigación se dividió en empleados y consumidores de la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo” y con la finalidad de recabar información primaria acerca de la situación actual de la empresa se diseñó una encuesta para ser aplicada a los consumidores y dos entrevistas dirigidas al gerente-propietario y a los empleados, respectivamente.

- Encuesta dirigida a consumidores de Aguardiente “Puro Puyo” (Anexo 1)
- Entrevista dirigida al gerente-propietario de la empresa (Anexo 2)
- Entrevista dirigida a los empleados de la empresa (Anexo 3)

La encuesta dirigida a los consumidores fue diseñada en base a las variables de las 4P del marketing: producto, precio, plaza y promoción; con el objetivo de obtener información que permita conocer la forma en la que los consumidores ven a la empresa y poder determinar la alternativa de solución al problema que se presenta en la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”.

La entrevista dirigida al gerente-propietario se diseñó en base a la estructura organizacional con el objetivo de conocer la forma en la que se ha estructurado la empresa y la de los empleados, sobre las actividades y el desempeño laboral para conocer las motivaciones o limitaciones que se presentan al realizar su trabajo.

Para la medición del nivel de ingresos de la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo” se elaboró una ficha de observación en la que se reflejan los datos de las ventas de la empresa desde el año 2011 hasta el año 2015, los mismos que fueron obtenidos de los comprobantes de venta emitidos en este período

Encuesta dirigida a consumidores de Aguardiente “Puro Puyo”

Los datos presentados a continuación son los obtenidos de las encuestas realizadas a 194 consumidores de acuerdo a la muestra que se determinó al realizar la categorización de sujetos y el estudio de segmentación de mercado, estos datos se representan gráficamente para mostrar la contribución de cada valor al total.

PREGUNTA 1. ¿Por qué medio se enteró sobre la existencia de Aguardiente “Puro Puyo”?

Tabla N° 12: Pregunta 1.

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Radio	0	0%
Periódico	0	0%
Revista	0	0%
Internet / Página web	10	5%
Amigo / Familiar	184	95%
TOTAL	194	100%

Fuente: Encuesta consumidores Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”

Autor: Delfina Loaiza

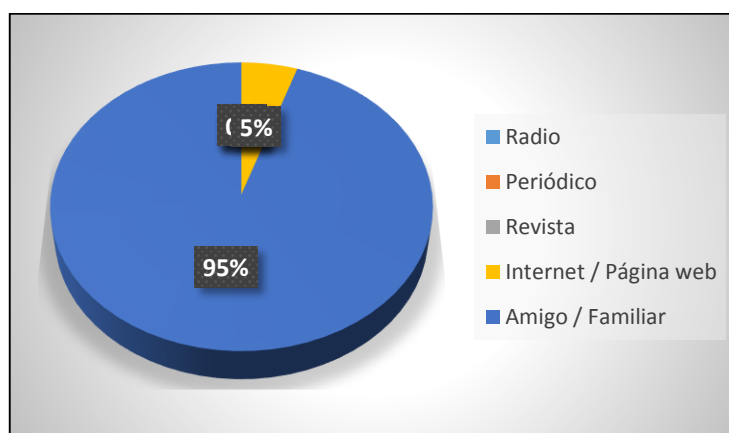


Gráfico N° 12: Pregunta 1.

Fuente: Tabla No. 12

Autor: Delfina Loaiza

Interpretación y Análisis

De los consumidores encuestados 184 indican que se enteraron del producto Aguardiente “Puro Puyo” por medio de un amigo o familiar, lo que representa el 95%, 10 indican que se enteraron a través del internet o página web, lo que representa el 5%, ninguno de ellos se enteró del producto por medio de radio, periódico o revista.

Esto demuestra que a lo largo de los años la empresa no ha dado la debida importancia a la publicidad para lograr posicionar el producto en el mercado, mejorar sus ventas y por ende los ingresos.

PREGUNTA 2. Señale la principal característica que considera al comprar Aguardiente “Puro Puyo”

Tabla N° 13: Pregunta 2.

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Precio	61	31,44%
Sabor	57	29,38%
Calidad	56	28,87%
Envase	9	4,64%
Punto de venta	11	5,67%
TOTAL	194	100,00%

Fuente: Encuesta consumidores Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”

Autor: Delfina Loaiza

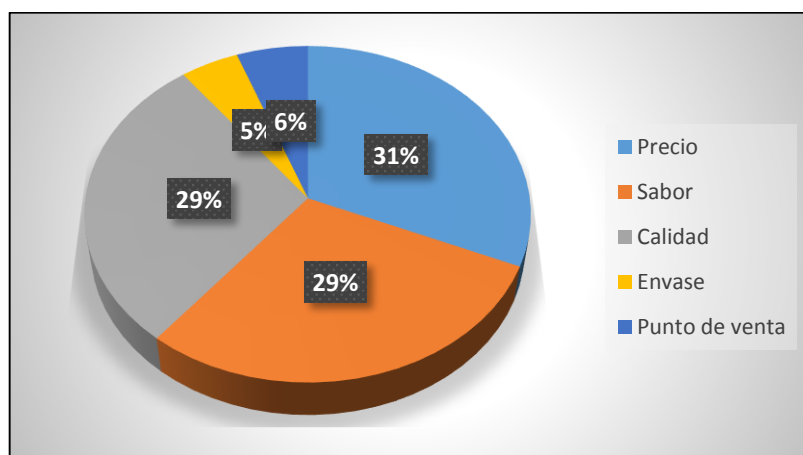


Gráfico N° 13: Pregunta 2.

Fuente: Tabla No. 13

Autor: Delfina Loaiza

Interpretación y Análisis

De los consumidores encuestados 61 indican que la principal característica que consideran al comprar el producto es el precio, lo que representa el 31,44%; 57 indican que es el sabor, lo que representa el 29,38%; 56 indican que es la calidad, lo que representa el 28,87%; 11 indican que es el punto de venta, lo que representa el 5,67% y 9 indican que es el envase, lo que representa el 4,64%.

Esto demuestra que el producto tiene aceptación en el mercado principalmente por su precio, sabor y calidad, características que se deben aprovechar para abrir mercados y potenciar las ventas.

PREGUNTA 3. ¿Considera necesario que existan otros puntos de venta de Aguardiente “Puro Puyo”?

Tabla N° 14 : Pregunta 3.

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	123	63,40%
No	43	22,16%
No sabe	28	14,43%
TOTAL	194	100,00%

Fuente: Encuesta consumidores Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”

Autor: Delfina Loaiza

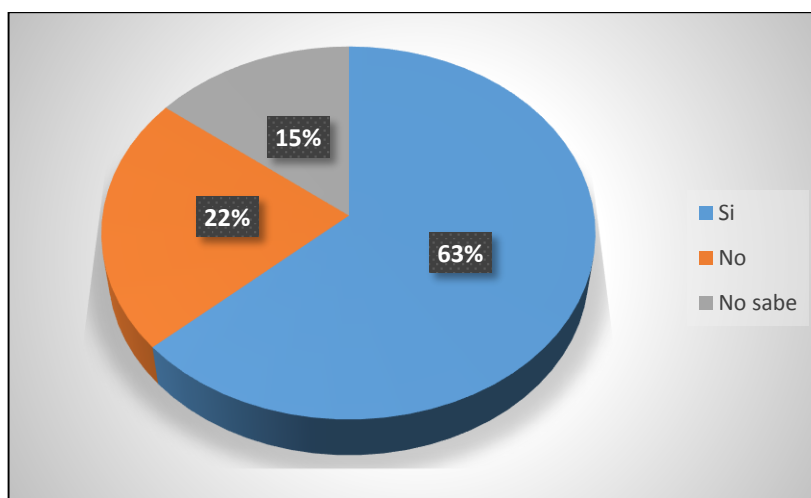


Gráfico N° 14: Pregunta 3.

Fuente: Tabla No. 14

Autor: Delfina Loaiza

Interpretación y Análisis

De los consumidores encuestados 123 indican que consideran necesario que existan otros puntos de venta del producto, lo que representa el 63,40%; 43 indican que no, lo que representa el 22,16% y 28 no saben, lo que representa el 14,43%.

Esto demuestra que por la aceptación que tiene el producto los consumidores requieren que existan otros puntos de venta, lo cual contribuirá a expandir el mercado y crear canales de distribución.

PREGUNTA 4. ¿En comparación con otros productos semejantes, la calidad de Aguardiente “Puro Puyo” es?:

Tabla N° 15: Pregunta 4.

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Mucho menor	0	0,00%
Menor	0	0,00%
Más o menos la misma	13	6,70%
Mayor	72	37,11%
Mucho mayor	109	56,19%
TOTAL	194	100,00%

Fuente: Encuesta consumidores Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”

Autor: Delfina Loaiza

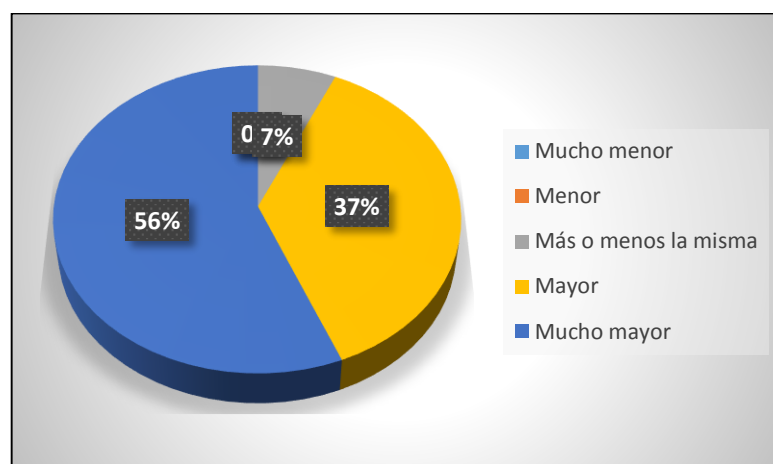


Gráfico N° 15: Pregunta 4.

Fuente: Tabla No. 15

Autor: Delfina Loaiza

Interpretación y Análisis

De los consumidores encuestados 109 indican que la calidad del producto comparado con otros semejantes es mucho mayor, lo que representa el 56,19%; 72 indican que es mayor, lo que representa el 37,11%; 13 indican que es más o menos la misma, lo que representa el 6,7%; ninguno de ellos indica que la calidad es menor o mucho menor.

Esto demuestra el potencial que tiene el producto por su calidad que es aceptada y reconocida por los consumidores de la provincia de Pastaza, lo cual alienta a que la empresa pueda plantearse el objetivo de abrir mercado a nivel regional y nacional.

PREGUNTA 5. ¿Cree que el precio de Aguardiente “Puro Puyo” es?:

Tabla N° 16: Pregunta 5.

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Extremadamente alto	0	0,00%
Muy alto	19	9,79%
Justo	124	63,92%
Muy bajo	47	24,23%
Extremadamente bajo	4	2,06%
TOTAL	194	100,00%

Fuente: Encuesta consumidores Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”

Autor: Delfina Loaiza

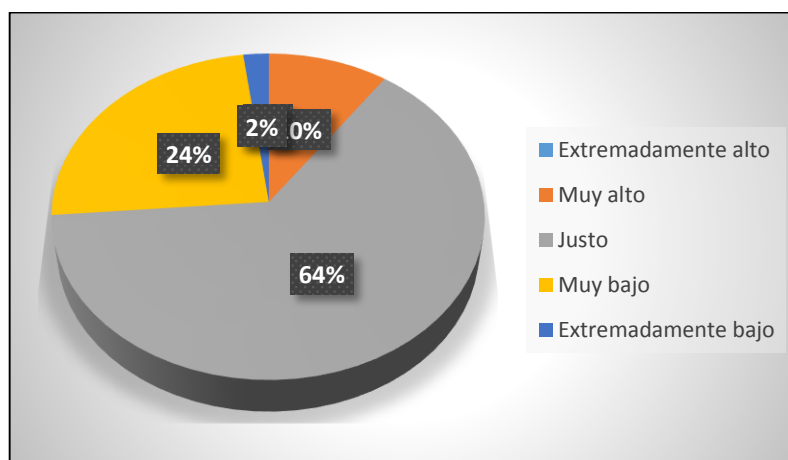


Gráfico N° 16: Pregunta 5.

Fuente: Tabla No. 16

Autor: Delfina Loaiza

Interpretación y Análisis

De los consumidores encuestados 124 indican que el precio del producto es justo, lo que representa el 63,92%; 47 indican que es muy bajo, lo que representa el 24,23%; 19 indican que es muy alto, lo que representa el 9,79% y 4 indican que es extremadamente bajo, lo que representa el 2,06%, ninguno de ellos indicó que es extremadamente alto.

Esto demuestra que la empresa puede aprovechar el precio del producto que es competitivo comparado con otras bebidas alcohólicas que han aumentado su precio debido a los impuestos que el estado ha grabado en los últimos años.

PREGUNTA 6. ¿Estaría dispuesto a pagar un valor más alto por Aguardiente “Puro Puyo” si se envasa en botellas de vidrio?

Tabla N° 17: Pregunta 6.

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	147	75,77%
No	41	21,13%
No sabe	6	3,09%
TOTAL	194	100,00%

Fuente: Encuesta consumidores Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”

Autor: Delfina Loaiza

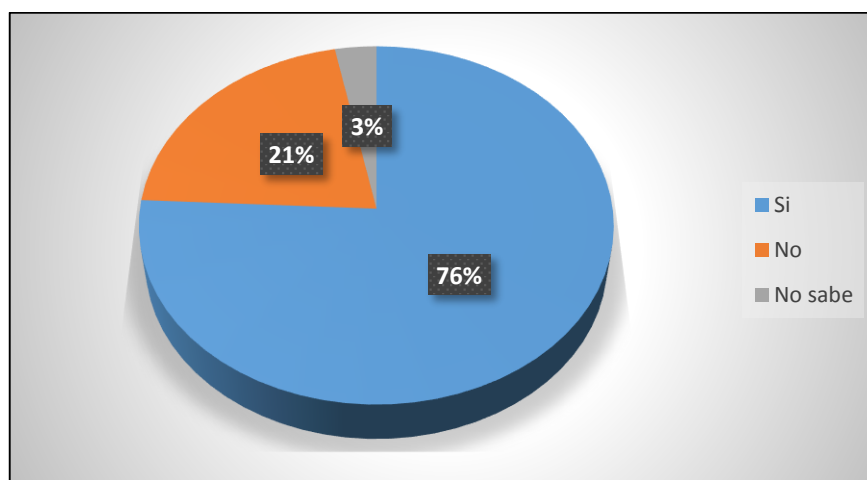


Gráfico N° 17: Pregunta 6.

Fuente: Tabla No. 17

Autor: Delfina Loaiza

Interpretación y Análisis

De los consumidores encuestados 147 indican que estarían dispuestos a pagar un valor más alto por el producto si se envasa en botellas de vidrio, lo que representa el 75,77%; 41 indican que no, lo que representa el 21,13%; y 6 indican que no saben, lo que representa el 3,09%.

Esto demuestra que la empresa tiene la posibilidad de ofertar un producto diferenciado por el tipo de envase a mayor precio, el mismo que servirá para atraer otro segmento de clientes, permitirá ser más competitivo con marcas reconocidas e incrementar ventas.

PREGUNTA 7. ¿Cuánta competencia de Aguardiente “Puro Puyo” conoce que existe en el mercado?

Tabla N° 18: Pregunta 7.

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Demasiada competencia	47	24,23%
Mucha competencia	83	42,78%
Suficiente competencia	54	27,84%
Poca competencia	10	5,15%
Nada de competencia	0	0,00%
TOTAL	194	100,00%

Fuente: Encuesta consumidores Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”

Autor: Delfina Loaiza

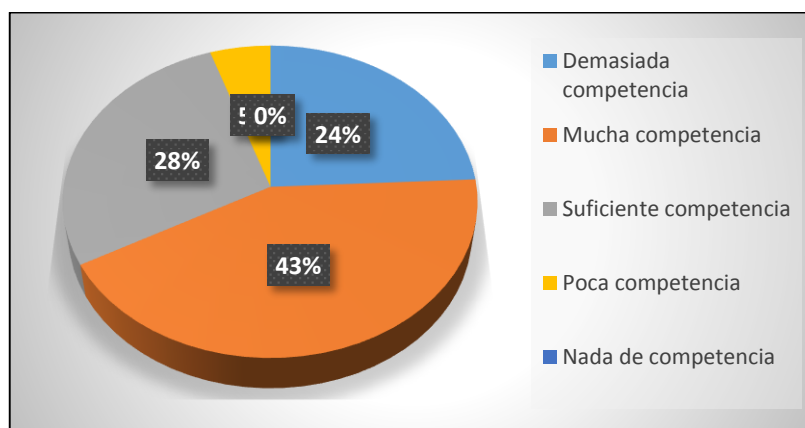


Gráfico N° 18: Pregunta 7.

Fuente: Tabla No. 18

Autor: Delfina Loaiza

Interpretación y Análisis

De los consumidores encuestados 83 indican que existe mucha competencia en el mercado, lo que representa el 42,78%; 54 indican que existe suficiente competencia, lo que representa el 27,84%; 47 indican que existe demasiada competencia, lo que representa el 24,23%; 10 indican que existe poca competencia, lo que representa el 5,15%, ninguno de ellos indica que no existe competencia.

Con estos datos podemos determinar que existe un mercado con estructura de competencia perfecta, no existe una empresa que pueda controlar por sí sola el precio del mercado, por tal razón es tiempo de que la empresa inicie acciones que tiendan a solucionar el problema que se ha venido presentando, le permitan sobresalir y ser competitiva con empresas conocidas a nivel regional y nacional.

PREGUNTA 8. ¿Cree usted que aguardiente “Puro Puyo” tendría mayor acogida si se modifica su imagen?

Tabla N° 19: Pregunta 8.

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	153	78,87%
No	39	20,10%
No sabe	2	1,03%
TOTAL	194	100,00%

Fuente: Encuesta consumidores Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”

Autor: Delfina Loaiza

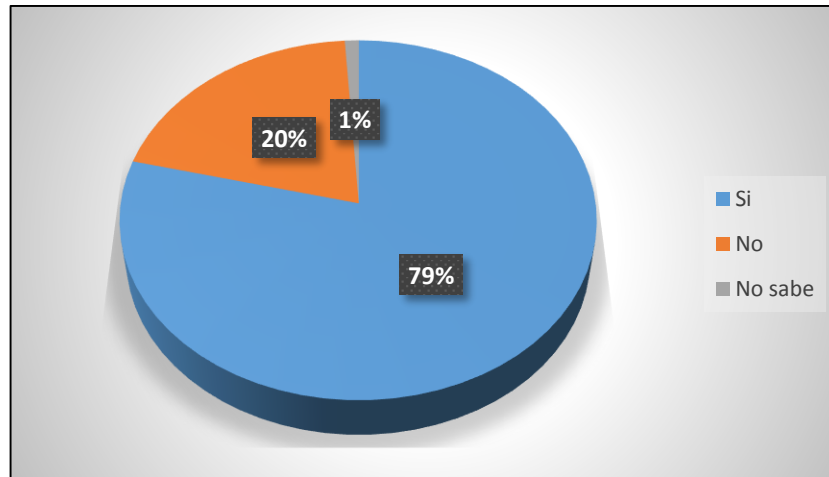


Gráfico N° 19: Pregunta 8.

Fuente: Tabla No. 19

Autor: Delfina Loaiza

Interpretación y Análisis

De los consumidores encuestados 153 indican que el producto tendría mayor acogida si se modifica su imagen, lo que representa el 78,87%; 39 indican que no tendría mayor acogida al modificar su imagen, lo que representa el 20,10% y 2 indican que no saben, lo que representa el 1,03%.

Esto demuestra que la imagen del producto es otra de las características en la que la empresa debe poner especial atención al momento de implementar la alternativa de solución al problema y obtener resultados satisfactorios de acuerdo a sus intereses a mediano y largo plazo.

PREGUNTA 9. ¿Señale cuál de los siguientes aspectos considera usted que motivaría la compra de Aguardiente “Puro Puyo”?

Tabla N° 20: Pregunta 9.

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Publicidad	98	50,52%
Promociones	79	40,72%
Descuentos	17	8,76%
TOTAL	194	100,00%

Fuente: Encuesta consumidores Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”

Autor: Delfina Loaiza

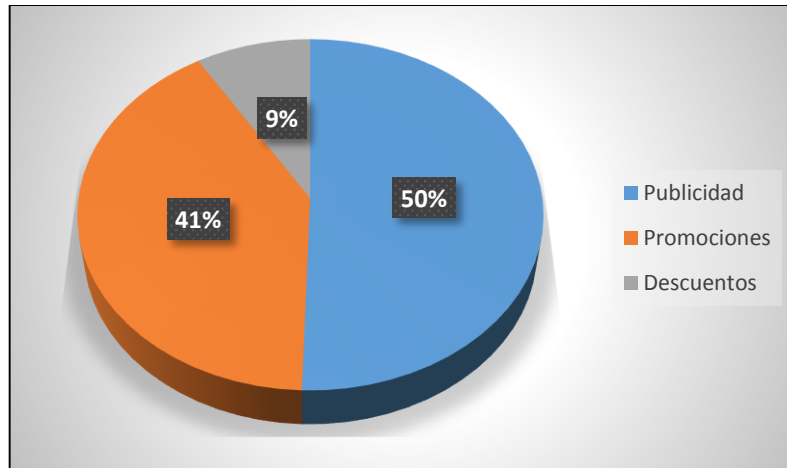


Gráfico N° 20: Pregunta 9.

Fuente: Tabla No. 20

Autor: Delfina Loaiza

Interpretación y Análisis

De los consumidores encuestados 98 indican que la publicidad motivaría la compra del producto, lo que representa el 50,52%; 79 indican que las promociones motivarían la compra, lo que representa el 40,72% y 17 indican que los descuentos motivarían la compra, lo que representa el 8,76%.

Esto demuestra que el cliente necesita ser motivado para realizar la compra del producto, por tal razón la empresa debe desarrollar estrategias y técnicas que motiven a los consumidores a preferir el producto.

Entrevista dirigida al gerente-propietario de la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”

Los datos presentados a continuación son los obtenidos de la entrevista oral realizada al gerente-propietario con la finalidad de conocer la situación actual y la forma en la que se ha estructurado la empresa.

PREGUNTA 1. ¿De qué manera se ha organizado la empresa a lo largo de estos años?

Interpretación y Análisis

El gerente indica que al ser una empresa familiar la han venido manejando con los pocos conocimientos que han adquirido con la experiencia, se ordenan las actividades que cada trabajador debe hacer de acuerdo a cómo se va avanzando en el trabajo.

Esto demuestra la falta de organización en la empresa, debido a la falta de personal calificado no se lleva a cabo el proceso administrativo, es decir no se cumplen las funciones básicas de la administración: planear, organizar, dirigir y controlar, por lo tanto la empresa no puede crecer y aprovechar las fortalezas y oportunidades que tiene el producto en el mercado local.

PREGUNTA 2. Describa los objetivos y las metas de la empresa.

Interpretación y Análisis

El gerente manifiesta que el objetivo que tienen es seguir produciendo y vendiendo aguardiente, tratando de mejorar, buscando asesoría, indicaciones y recomendaciones de conocidos.

Esto evidencia la falta de personal calificado en la empresa, que pueda implementar el proceso administrativo, iniciando por la planeación, donde se establezca la misión y visión de la empresa, las metas y objetivos con las

respectivas estrategias que permitan alcanzarlos, los principios por lo que deben regirse y los procedimientos a seguir en el día a día de la empresa.

PREGUNTA 3. ¿Cómo se distribuyen y se asignan las tareas a desempeñar por los empleados?

Interpretación y Análisis

El gerente de la empresa indica que la mayor parte de empleados que tienen en la fábrica son jornaleros o trabajadores agrícolas, por tal razón a diario se les distribuye las tareas que deben realizar dependiendo en la etapa de producción que se encuentren, en el caso del técnico destilador solo se encarga de la destilación dos días por semana y el trabajador en general se encarga de las actividades para la venta del aguardiente.

Al igual que las preguntas anteriores esto demuestra la falta de personal calificado en la empresa que se encargue de toda el proceso productivo de la fábrica, establezca diseño de puestos, manual de funciones, manual de procedimientos, control de tiempos, control de recursos e insumos, etc. con la finalidad de conseguir una alta productividad y por ende mejorar el nivel del ingresos de la empresa.

PREGUNTA 4. ¿Qué cambios se han implementado en los últimos años?

Interpretación y Análisis

El gerente da a conocer que tratando de mejorar la producción y la calidad del aguardiente ha modernizado los calderos a leña por calderos a diésel, ha obtenido el registro sanitario, lo que dio inicio a que se envase el aguardiente en botellas de polietileno de alta densidad, utilizando etiquetas de acuerdo a la Norma INEN, cada año se renueva el permiso de funcionamiento de ARCSA y acaba de tramitar el registro de la marca “PURO PUYO” en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPI.

Esto demuestra el interés del propietario para que la empresa prospere, a pesar del desconocimiento y la falta de preparación no ha escatimado esfuerzos por cumplir con las normativas de salud, tributarias y demás que exigen las leyes de nuestro país, los cambios que se han implementado se convierten en ventajas competitivas para con los demás productores de aguardiente de la zona, esto hace que sea un producto destacado y pueda abrirse paso para competir con medianos y grandes productores a nivel regional y nacional.

PREGUNTA 5. ¿Qué factores externos podría aprovechar la Fábrica de Aguardiente Puro Puyo?

Interpretación y Análisis

El gerente indica que se puede aprovechar la informalidad con la que venden el resto de productores que siempre corren el riesgo que las autoridades les decomisen el aguardiente, por cuanto la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo” es la única en la Provincia de Pastaza que cuenta con los permisos en regla y el registro sanitario que permite vender el aguardiente embotellado y etiquetado. Otro factor que se puede aprovechar en gran manera es la subida de precios que últimamente tuvieron las bebidas alcohólicas por los impuestos que el gobierno gravó, sumado a esto la crisis del país hace que la gente busque el aguardiente que es más barato.

Esto demuestra que la empresa tiene muchas oportunidades que no han sido aprovechadas por el desconocimiento y sobretodo la falta de preparación del propietario, se deben aprovechar las ventajas competitivas que el producto tiene sobre sus competidores de la provincia y poner énfasis en el posicionamiento del producto abriendo canales de distribución en el mercado local y regional.

PREGUNTA 6. ¿Qué aspectos le falta implementar o mejorar a la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo” para que mejore su rendimiento empresarial?

Interpretación y Análisis

El gerente a su criterio indica que sería importante mejorar las instalaciones para poder producir más, contratar personal profesional que pueda manejar la fábrica y el personal correctamente, esto no ha sido posible realizar por la falta de capital.

Esto demuestra que la falta de recursos económicos ha sido otra de las causas para que la empresa no haya prosperado, si la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo” pudiera contar con personal profesional calificado estaría en condiciones de presentar un proyecto productivo y recibir el financiamiento necesario para su desarrollo, aprovechando la política del cambio de la matriz productiva que impulsa el gobierno, ya que al ser una empresa que cultiva su propia materia prima no tendría mayores inconvenientes para aumentar su producción.

Entrevista dirigida a los empleados de la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”

A continuación se presentan de manera consolidada los datos obtenidos de la entrevista oral realizada a los empleados sobre las actividades y el desempeño laboral con la finalidad de conocer las motivaciones o limitaciones que se presentan al realizar su trabajo, cabe recalcar, que algunos de los trabajadores al momento de la entrevista se mostraron un poco reservados, y no respondieron abiertamente a las preguntas. Se realizó la entrevista al siguiente personal: Destilador, 5 Jornaleros y Trabajador en General, no se realizó a un Jornalero por cuanto es una persona con discapacidad auditiva y de lenguaje.

PREGUNTA 1. Indique su cargo y describa las tareas y actividades que desempeña.

Interpretación y Análisis

Destilador:

- Verificar fermentación
- Prender caldero
- Proceso de destilación por paradas
- Control de presiones
- Control de grado alcohólico
- Almacenamiento de aguardiente en el cajetín
- Control de almacenamiento
- Filtrar
- Hidratar para bajar el grado al autorizado

Jornalero, Trabajador Agrícola:

- Siembra de caña
- Abono
- Control de malezas (manual y químico)
- Despaje
- Cosecha de caña (solo maduras)

- Transporte al trapiche
- Moler en el trapiche
- Recoger el bagazo
- Arreglo de caminos con bagazo

Trabajador en general:

- Envasar
- Tapar
- Etiquetar
- Almacenar
- Vender

Cada uno de los empleados entrevistados, dio a conocer el cargo que desempeña, en el caso de los jornaleros, 2 de ellos indicaron que el cargo es jornalero, lo que representa el 40%, mientras que 3 de ellos indicaron que son trabajadores agrícolas, lo que representa el 60%, de la misma manera dieron a conocer las tareas y actividades que realizan de acuerdo al cargo.

Se puede apreciar que los empleados no tienen claro el cargo para el que fueron contratados, esto se debe a la informalidad con la que se ha venido trabajando en la empresa, en este caso en el área de recursos humanos, lo que se puede solucionar si se cuenta con personal profesional que pueda organizar administrativamente a la empresa.

PREGUNTA 2. ¿De qué manera la empresa incentiva al personal para motivar su trabajo?

Interpretación y Análisis

De los empleados entrevistados todos indican que no reciben ningún tipo de incentivo por parte de la empresa, lo que representa el 100%.

Esto demuestra la falta de motivación que ha existido en la empresa para mejorar el desempeño laboral de sus empleados, el personal que no se siente motivado por

su patrono generalmente presenta un bajo rendimiento en su trabajo, lo que incide directamente en baja producción y venta del aguardiente, afectando al nivel de ingresos, lo que impide el progreso y mejora de la empresa.

PREGUNTA 3. ¿Qué capacitaciones ha recibido para el desempeño eficaz de su trabajo?

Interpretación y Análisis

De los empleados entrevistados 3 de ellos indican que por la elaboración de una tesis recibieron una charla sobre los accidentes de trabajo, los riesgos a los que están expuestos y el uso de equipos de protección personal, lo que representa el 42,86%, 4 de ellos indica no haber recibido ninguna capacitación, lo que representa el 57,14%.

Esto demuestra que la empresa no ha considerado la importancia de la capacitación del personal para el desempeño eficaz del trabajo que realizan, el tener trabajadores preparados para realizar su trabajo correctamente, para el uso adecuado de maquinarias, herramientas y productos químicos da como resultado un mejor rendimiento en su trabajo individual y por ende en la productividad de la empresa.

PREGUNTA 4. ¿Qué limitaciones ha tenido al momento de realizar su trabajo?

Interpretación y Análisis

De los empleados entrevistados 5 de ellos indican que no han tenido mayores limitaciones ni dificultades para realizar el trabajo, lo que representa el 71,43%, 2 de ellos indican que por ciertas ocasiones no han tenido las herramientas adecuadas para hacer el trabajo y que en otras ocasiones por el daño de la maquinaria han retrasado el trabajo, lo que representa el 28,57%.

Esto demuestra que los empleados pueden desarrollar su trabajo sin mayor problema o limitación, factor importante que se debe considerar al momento de distribuir tareas y actividades entre el personal, de siempre brindar las facilidades y las herramientas necesarias para el desempeño de las tareas encomendadas, por cuanto de eso dependerá tener un buen rendimiento en la producción.

PREGUNTA 5. ¿Qué aspectos debe mejorar la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”?

Interpretación y Análisis

De los empleados entrevistados todos indican que les gustaría que la empresa les pague por lo menos el básico, les pague los décimos, les den uniformes y les motiven con algún tipo de incentivo, por ejemplo brindándoles el almuerzo, lo que representa el 100%.

Esto demuestra que la empresa por la falta de personal calificado no ha cumplido con sus obligaciones con los empleados, hoy en día este tema es muy delicado por cuanto puede repercutir negativamente en la empresa por gastos innecesarios debido a pagos de indemnizaciones por despidos, por accidentes de trabajo, por no afiliación al IESS, etc. Se debe considerar como prioridad cumplir con lo que exigen las leyes en el ámbito laboral y de seguridad social.

FICHA DE OBSERVACIÓN

LUGAR: Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”	N°: 001
TÍTULO O TEMA: Medición del nivel de ingresos	INVESTIGADOR: Delfina Loaiza
OBJETIVO: Medir los ingresos de la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo” en el período 2011-2015	FECHA: Año 2016

REGISTRO DE OBSERVACIÓN

Tabla N° 21: Medición nivel de ingresos Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”

AÑO	LITROS VENDIDOS	VALOR C/LITRO	TOTAL INGRESOS
2011	12.325,33	2,25	27.732,00
2012	12.530,00	2,50	31.325,00
2013	13.305,30	2,50	33.263,25
2014	14.458,20	2,50	36.145,50
2015	17.798,50	2,50	44.496,25

Fuente: Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”

Autor: Delfina Loaiza

Interpretación

El nivel de ingresos de la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo” se ha incrementado en los últimos años debido a que la empresa ha mejorado ciertos aspectos en la producción así como la obtención del permiso de funcionamiento emitido por la Agencia de Regulación y Control Sanitario (ARCSA), categorización en el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), el registro sanitario, que ha permitido mejorar la presentación del producto para la venta, y el registro de la marca en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI), aspectos que le dan un valor agregado al producto y han tenido un impacto favorable en los clientes, quienes lo prefieren por su alta calidad.

CAPITULO V

PROPUESTA

Manual de organización y funciones para la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”

Datos informativos

- **Institución ejecutora:**

Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”

- **Beneficiarios:**

- **Directos:**

- Propietario
 - Empleados

- **Indirectos:**

- Clientes
 - Proveedores
 - Comunidad

- **Ubicación:**

Km. 1.5 Vía Puyo - 10 de Agosto, Ciudad Puyo, Cantón Pastaza, Provincia Pastaza, teléfono 3031033.

- **Tiempo estimado para la ejecución:**

Sept/2016 – Feb/2017

Equipo Técnico responsable:

Administrador del Proyecto: Delfina Loaiza

Gerente-Propietario: Alberto Flores

Técnico Destilador, Trabajador en General, Jornaleros.



Gráfico N° 21: Equipo Técnico responsable

Autor: Delfina Loaiza

Costo: \$ 38.966,40

Justificación

La Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo” desde sus inicios en el año 1948, debido al desconocimiento de sus propietarios y la falta de personal calificado ha sido administrada de manera informal e improvisada, no ha existido organización administrativa, lo cual ha ocasionado que la empresa no aproveche los aspectos positivos con los que cuenta, limitando de esta manera su crecimiento, productividad y rentabilidad.

Con el Manual de Organización y Funciones, la empresa tendrá definida su filosofía empresarial, misión, visión, objetivos, valores y principios, la estructura organizacional, la descripción de puestos, responsabilidades y funciones, lo que le asegurará contar con el personal idóneo para que logre una administración eficaz y eficiente que le permita progresar y ser competitiva a nivel regional y nacional,

aprovechando su gran potencial de crecimiento de acuerdo al entorno en el que se desarrolla.

El presente Manual de Organización y Funciones se convertirá en el punto de partida del proceso de formalización de la empresa, será la primera herramienta administrativa con la que el Gerente General dará inicio a la implementación de más herramientas y técnicas administrativas que permitan optimizar su gestión administrativa mediante la aplicación de las 4 etapas del proceso administrativo: planificación, organización, dirección y control, lo cual se verá reflejado en el incremento de las ventas, de los niveles de ingresos y del progresos en general de la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”.

Objetivos

General

Implementar un manual de organización y funciones en la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo” en el periodo Ago/2016 - Feb/2017.

Específicos

- Definir la misión, visión, valores organizacionales y objetivo de la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”.
- Elaborar el organigrama general de la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”.
- Establecer las funciones y responsabilidades de cada puesto de trabajo.

Modelo operativo de ejecución de la propuesta

Modelo Gráfico

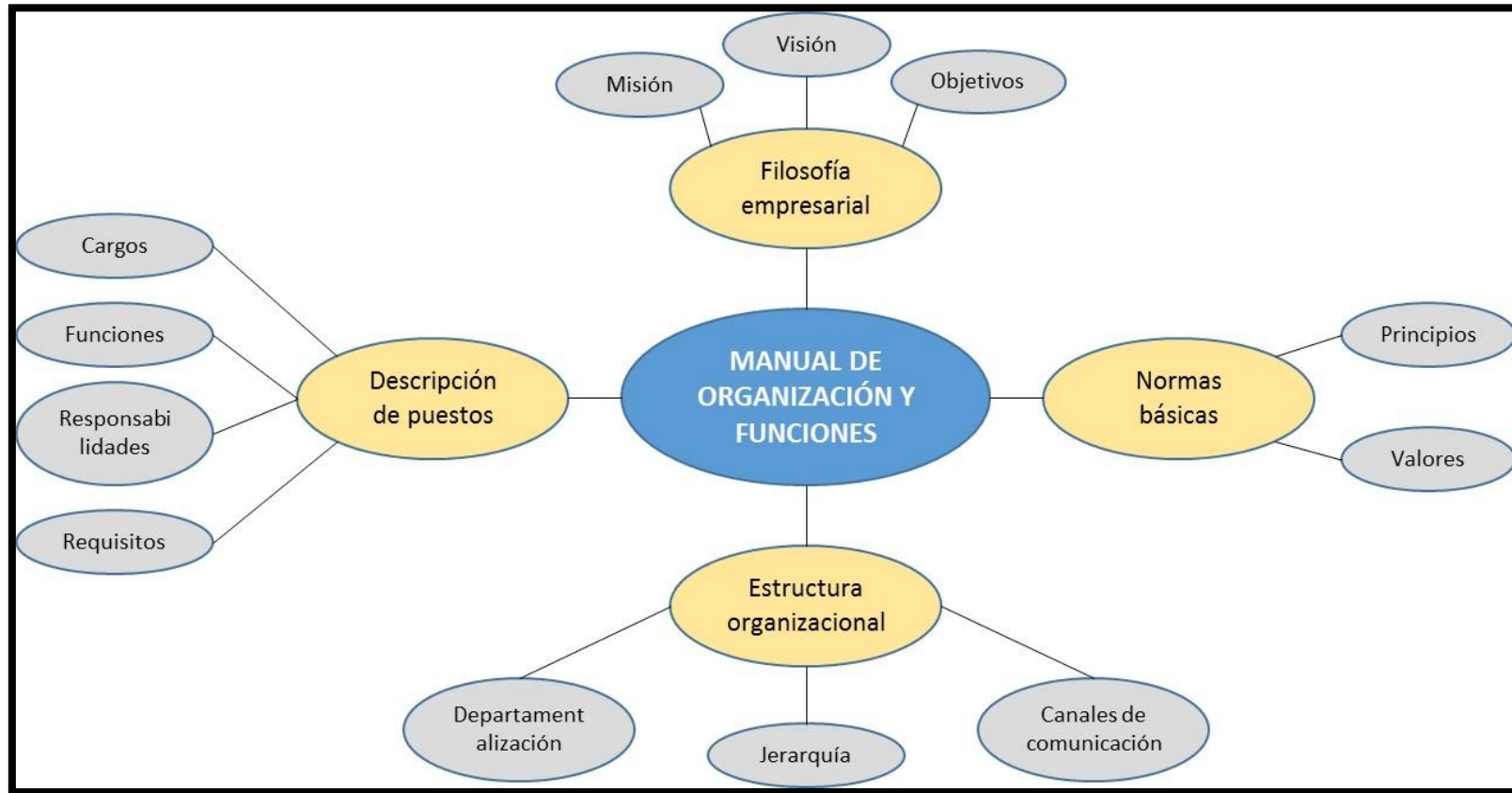


Gráfico N° 22: Modelo gráfico
Autor: Delfina Loaiza

Modelo Verbal

Manual de Organización y Funciones

El Manual de Organización y Funciones (MOF) es un documento normativo de gestión institucional donde se describe las funciones específicas, objetivos, características, los requisitos y responsabilidades de cada cargo que se desarrolla en una organización, así como las condiciones que el puesto exige para poder desempeñarlo adecuadamente, así como la ubicación dentro de la estructura general de la organización. (Recursos Humanos, s.f.)

Filosofía empresarial

La filosofía empresarial identifica la forma de ser de una empresa, son los elementos de la cultura empresarial propios de cada compañía, ya dada sus condiciones competitivas, las condiciones de su entorno y las expectativas de clientes y propietarios. Es el conjunto de pautas que rigen el comportamiento de accionistas, directivos y empleados de una empresa. (Barreda, 2011)

Misión

La misión empresarial se refiere a un motivo o una razón de ser por parte de una organización, este motivo se enfoca en el presente, es decir, es la actividad que justifica lo que el grupo o el individuo está haciendo en un momento dado. La misión de una empresa depende de la actividad que la organización realice, así como del entorno en el que se encuentra y de los recursos de los que dispone. (Concepto de, 2015)

Visión

La visión de una empresa se refiere a una imagen que la organización plantea a largo plazo sobre cómo espera que sea su futuro, una expectativa ideal de lo que espera que ocurra. La visión debe ser realista pero puede ser ambiciosa, su función

es guiar y motivar al grupo para continuar con el trabajo. La visión depende de la situación presente, de las posibilidades materiales presentes y futuras tal y como las perciba la organización, de los eventos inesperados que puedan ocurrir y de la propia misión que ya se haya plateado. (Concepto de, 2015)

Objetivos

Un objetivo es, en el mundo de la empresa, un resultado o fin que se desea lograr, hacia el que se encaminan los esfuerzos y que pretende mejorar o estabilizar la eficacia y eficiencia de la organización. (Bermudez, 2015)

Normas básicas

Las normas son patrones aceptables de comportamiento para las personas dentro de un grupo, es decir, indican a las personas lo que deben hacer o no hacer, en determinadas situaciones. O desde el punto de vista del individuo, las normas le dicen lo que se espera de él. Todos los grupos tienen sus normas. A veces, son sólo sobreentendidas, pero otras veces son explícitas, habladas y puede ser que hasta escritas. (Prezi, 2015)

Principios

Los principios son el conjunto de valores, creencias, normas, que orientan y regulan la vida de la organización. Son el soporte de la visión, la misión, la estrategia y los objetivos estratégicos. Estos principios se manifiestan y se hacen realidad en nuestra cultura, en nuestra forma de ser, pensar y conducirnos. (Ballesteros, 2014)

Valores

Los valores son el elemento clave por los que se rigen las personas que colaboran y los empleados que trabajan junto para poder obtener el mismo objetivo puede

ser para una empresa, compañía o una institución donde los valores organizacionales sean efectivos y así los miembros del grupo deben ejercerlos por las convicciones propias y no por establecimientos donde cada persona tiene que estar seguro de que actúa bajo las normas de conducta que le puede favorecer tanto a él como al resto del grupo. (Conceptodefinición.de, 2014)

Estructura organizacional

La estructura organizacional son los patrones de diseño para organizar una empresa, con el fin de cumplir las metas propuestas y lograr el objetivo deseado. Es una disposición intencional de roles, en la que cada persona asume formalmente un papel que se espera que cumpla con el mayor rendimiento posible. La finalidad de una estructura organizacional es establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la planificación. (Piñero, 2016)

Departamentalización

La departamentalización consiste en la sectorización de los objetivos, actividades, procesos, personal y recursos de una organización, a través de la aplicación de la división del trabajo y la especialización. Es el proceso en el cual una organización es dividida estructuralmente combinando trabajos en departamentos de acuerdo a alguna base o característica compartida. (Londoño, s.f.)

Jerarquía

La jerarquía es la forma de organización que se asigna al personal de una empresa, ascendente o descendente, por criterios de clase, poder, oficio, autoridad, categoría o cualquier otro tipo, que tienda y cumpla con un criterio de clasificación. Esto implica que cada persona estará subordinado al que tenga por encima suyo, con la excepción, claro está, de aquel que ocupe el primer lugar en la jerarquía. La jerarquía cuando se usa como instrumento para ejecutar la

autoridad posee una mayor formalidad y es conocida como jerarquía estructural de la organización. (Capilla, 2014)

Canales de comunicación

El canal de comunicación constituye una vía por la que se transmite la comunicación. A través de un canal de comunicación transitan las informaciones, estableciendo un enlace entre el emisor y el receptor. La comunicación cumple una serie de funciones dentro de una organización, tales como: proporciona información acerca de los procesos internos; posibilita funciones de mando y de toma de decisiones; soluciones de problemas y diagnóstico de la realidad. Los principales canales de comunicación en una organización son: los supervisores, los compañeros de trabajo y la actividad personal basada en hacer preguntas y observar. (Obed, s.f.)

Descripción de puestos

La descripción de puestos es un documento conciso de información objetiva que identifica la tarea por cumplir y la responsabilidad que implica el puesto, enlista los objetivos y las funciones del puesto, así como el entorno social y las dimensiones que influyen o afectan a dicho puesto, además bosqueja la relación entre el puesto y otros puestos en la organización, los requisitos para cumplir el trabajo y su frecuencia o ámbito de ejecución, esta descripción se basa en la naturaleza del trabajo, y no en el individuo que lo desempeña en la actualidad. (rrhh-web.com, s.f.)

Cargos

El cargo es una unidad de organización que conlleva un grupo de deberes y responsabilidades que lo vuelven separado y distinto de otros cargos. Es el conjunto de tareas laborales determinadas por el desarrollo de la técnica, la tecnología y la división del trabajo, comprende la función laboral del trabajador y

los límites de su competencia, que manifiestan una integridad en correspondencia con los objetivos de la organización. (Álvarez, 2005)

Funciones

Las funciones son el conjunto de actividades diferentes entre sí, pero similares por el fin común que persiguen y que son asignadas a cada trabajador de una empresa. Es el conjunto de las tareas de rutina o actividades llevadas a cabo por una persona en cierta posición. Una función es la sustancia dentro de una determinada posición o puesto de trabajo. (Álvarez, 2014)

Responsabilidades

La responsabilidad hace alusión al hecho de llevar a cabo una acción de forma intencionada, asumiendo las consecuencias que estas pueden acarrear, de esta forma, la persona responde por sus actos ante una persona o institución. Las responsabilidades que se asumen o delegan en el mundo laboral, es en resumidas cuentas lo que hace progresar al empleado, cuanto mayor sea el nivel de responsabilidad que asume un empleado, mayor será su posición en la empresa. (Concepto de, 2015)

Requisitos

Un requisito es una circunstancia o condición necesaria, ineludible o imprescindible para algo. Los requisitos son frecuentes en el mundo del trabajo. Cuando una empresa presenta una oferta laboral, suele establecer requisitos que deben cumplir aquellos que se postulan, es decir, las personas que pretenden ser contratadas tienen que contar con ciertos conocimientos o recursos para que la empresa las tenga en cuenta. (Pérez & Merino, 2014)

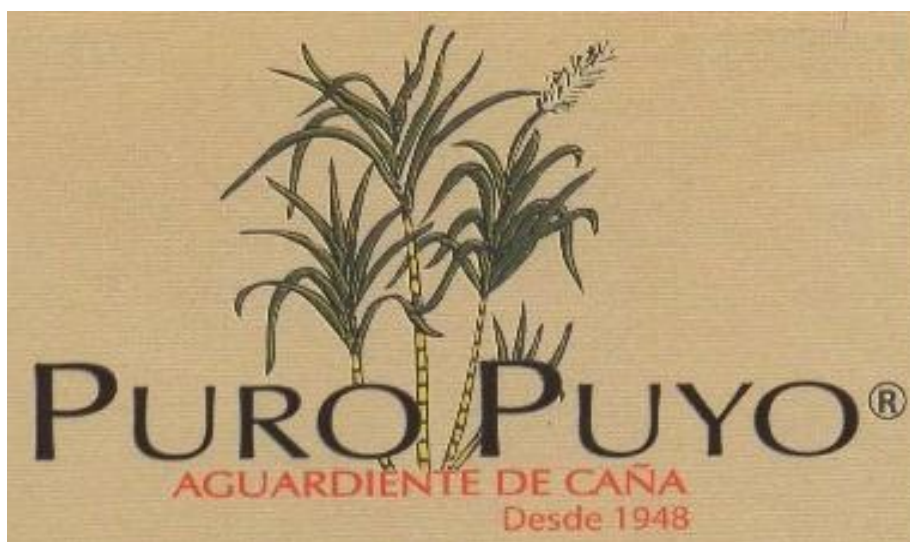
Modelo Matemático

Tabla N° 22: Modelo Matemático

CRONOGRAMA VALORADO DE ACTIVIDADES				
N°	ACTIVIDAD	FECHA	RESPONSABLE	COSTO
1	Definición de Filosofía empresarial	Jul/2016	Administrador del Proyecto Gerente Propietario	\$ 10,00
2	Estudio de cargos y actividades	Jul-Ago/2016	Administrador del Proyecto Gerente Propietario	\$ 30,00
3	Elaboración de organigrama	Ago/2016	Administrador del Proyecto Gerente Propietario	\$ 10,00
4	Análisis y descripción de puestos	Ago/2016	Administrador del Proyecto Gerente Propietario	\$ 10,00
5	Elaboración de manual de funciones	Ago/2016	Administrador del Proyecto	\$ 10,00
6	Impresión de manuales para difusión	Sept/2016	Administrador del Proyecto	\$ 30,00
7	Capacitación al personal ocupado actualmente	Oct/2016	Administrador del Proyecto	\$ 50,00
8	Selección y contratación de nuevo personal propuesto	Ene-Mar/2017	Gerente Propietario	\$ 38.816,40
TOTAL				\$ 38.966,40

Autor: Delfina Loaiza

FÁBRICA DE AGUARDIENTE

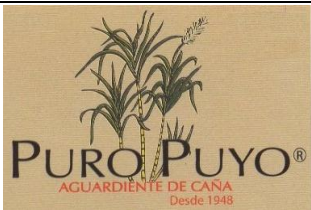


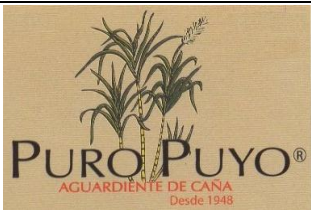
MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

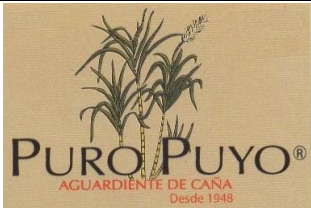
Elaborado por: Sra. Delfina Loaiza B.

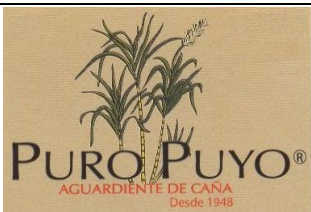
Autorizado por: Sr. Alberto Flores

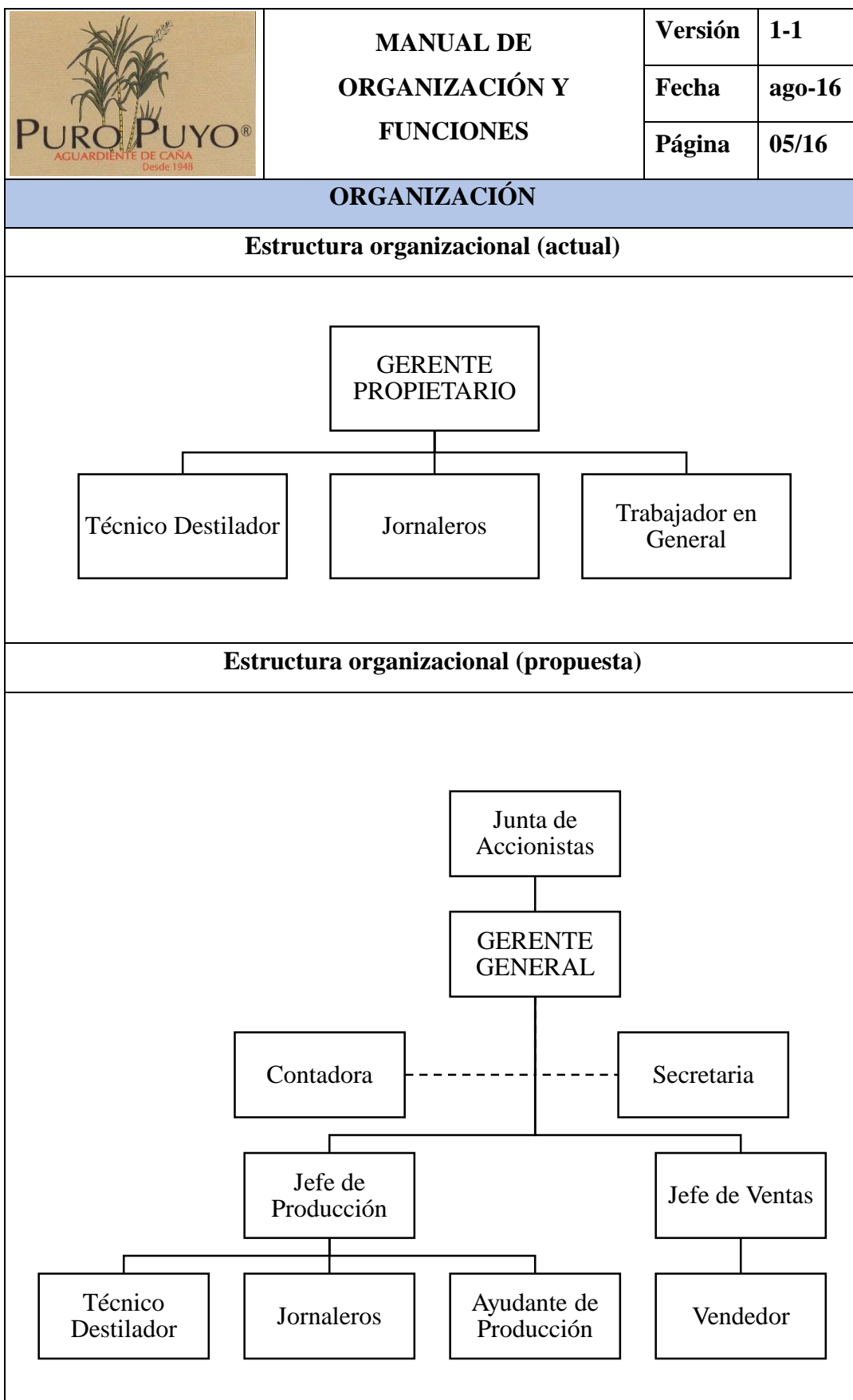
Agosto / 2016

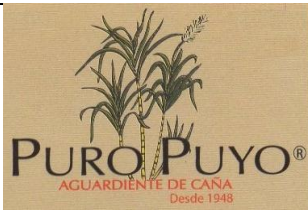
	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión	1-1
		Fecha	ago-16
		Página	01/16
GENERALIDADES			
Introducción			
<p>Todas las empresas cuentan con personal ocupando una gran diversidad de cargos, cada uno de ellos con diferente grado de dificultad y por ende de responsabilidad, por tal razón es necesaria la elaboración de un manual de organización y funciones que le permita a la empresa operar de manera sistemática y organizada.</p> <p>El manual de organización y funciones es muy importante ya que explica en forma general y condensada todos aquellos aspectos de observancia general dentro de la empresa, dirigidos a todos sus integrantes para ayudarlos a conocer, familiarizarse e identificarse con ella, expone con detalle la estructura de la empresa, señala las áreas que la integran, la relación que existe entre cada una de ellas, así como funciones, responsabilidades y requisitos para el logro de los objetivos organizacionales.</p> <p>El presente manual será de gran utilidad dentro de la empresa ya que es una herramienta técnica de fácil acceso para empleados y directivos, con la que se pretende:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Evitar la duplicidad de funciones.▪ Establecer responsabilidades.▪ Evitar demoras.▪ Evitar pérdidas económicas.▪ Reducción de tiempo ocioso.▪ Optimización de procesos administrativos.▪ Estructura organizacional más ágil.			

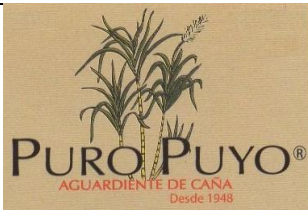
	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión	1-1
		Fecha	ago-16
		Página	02/16
Alcance			
<p>El ámbito de aplicación del presente manual de organización y funciones comprende a todo el personal que presta sus servicios dentro de la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”; y será de estricto cumplimiento de quienes la conforman.</p>			
FILOSOFÍA EMPRESARIAL			
Misión			
<p>“Producir y comercializar aguardiente de caña, con el compromiso de ser una empresa altamente productiva, humana y con un gran sentido de responsabilidad social, orientada siempre a la satisfacción de nuestros clientes, para llegar a cumplir excelentes niveles de ventas y rentabilidad.”</p>			
Visión			
<p>“Ser una empresa altamente competitiva en el mercado local y lograr posicionamiento en el mercado nacional, ofreciendo a los consumidores aguardiente producido con tecnología de punta y bajos estrictas normas de higiene y calidad.”</p>			
Objetivo general			
<p>Incrementar la producción, ventas y rentabilidad de la empresa, mediante la optimización de recursos, la implementación de técnicas administrativas y la expansión de mercado, logrando posicionamiento del producto a nivel regional y nacional.</p>			


	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión	1-1
		Fecha	ago-16
		Página	03/16
Principios			
<ul style="list-style-type: none">▪ Trabajo en equipo▪ Sentido de pertenencia▪ Calidad▪ Cuidado del ambiente▪ Creatividad			
Valores			
<ul style="list-style-type: none">▪ Respeto▪ Responsabilidad▪ Honestidad▪ Ética▪ Puntualidad▪ Honradez▪ Amabilidad			
PROCESO PRODUCTIVO DEL AGUARDIENTE			
<p>El proceso inicia con la siembra de caña, la misma que en un periodo de 6 a 7 meses alcanza su estado de maduración, durante este tiempo se realiza el mantenimiento del cultivo mediante control manual y químico de malezas, fertilización, despaje e inclinación de la caña para conseguir la maduración apropiada.</p>			

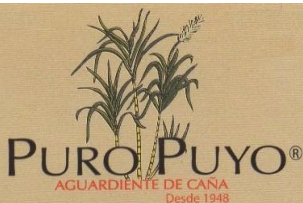
	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión	1-1
		Fecha	ago-16
		Página	04/16
<p>Cuando la caña ha alcanzado la maduración se realiza manualmente la cosecha selectiva, se procede al corte y traslado hacia el área de molienda; aquí se ejecuta el proceso de molienda utilizando dos trapiches accionados por energía eléctrica y se obtiene el jugo de caña, conocido también como guarapo, el mismo que se almacena en tanques fermentadores (cubas) con capacidad de 1800 lts cada uno.</p> <p>El proceso de fermentación natural del jugo de caña dura de 72 a 96 horas aproximadamente ya que depende del clima y de la madurez de la caña al momento de la cosecha. Para iniciar el proceso de destilación, se verifica el grado de fermentación con un pesa-jarabe BAUMÉ Tp 13 °C., debe marcar grado 0.</p> <p>El proceso de destilación se realiza en alambiques-rectificadores de acero inoxidable con capacidad de 500 litros. La fuente de energía para el proceso de destilación es el vapor de agua generado por un caldero que utiliza como combustible el diesel. El aguardiente que se obtiene es almacenado en el cajetín, donde se verifica el grado alcohólico y la temperatura utilizando alcoholímetros según GAY LUSSAC – CARTIER, con la escala de 0 a 100 con termómetro. Por cada 500 litros de jugo de caña fermentado se producen aproximadamente entre 50 y 55 litros de aguardiente de 75° (alcohólico).</p> <p>Una vez comprobado el grado alcohólico, el aguardiente obtenido se bombea a los tanques de almacenamiento, para luego ser transportados al área de almacenamiento donde se procede a la hidratación con agua potable para llegar a los 45° (alcohólico) que está autorizado para consumo humano de acuerdo al registro sanitario, luego se procede al filtrado y envasado. Los envases y las tapas son plásticos de polipropileno de alta densidad, autorizados dentro del registro sanitario, al igual que las etiquetas, las mismas que han sido diseñadas bajo norma INEN.</p>			

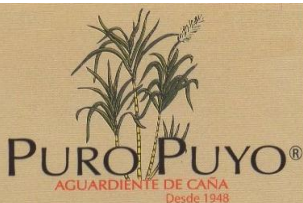


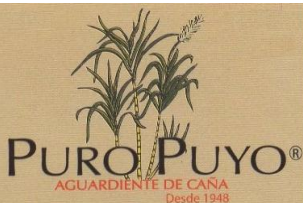
	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión	1-1
		Fecha	ago-16
		Página	06/16
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES			
JUNTA DE ACCIONISTAS			
Responsabilidades del cargo			
<ul style="list-style-type: none">Órgano supremo de la empresa.			
Funciones esenciales del cargo			
<ul style="list-style-type: none">Elegir al Gerente General y removerlo por causas justificadas.Conocer y resolver sobre los informes del Gerente General.Aprobar los planes de desarrollo, los planes de acción anual y los programas de inversión, mantenimiento y gastos, presentados por el Gerente General.Coordinar acciones en beneficio de la empresa con el Gerente General.			
Identificación del cargo			
Departamento:	GERENCIA		
Denominación del cargo:	GERENTE GENERAL		
A quién reporta:	Junta de accionistas		
Responsabilidades del cargo			
<ul style="list-style-type: none">Representante legal de la empresa.Responsable de los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, ejerce autoridad sobre el resto de cargos de la organización.			

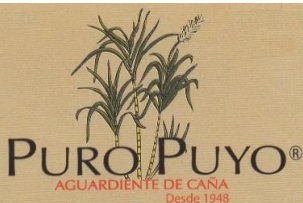
	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión	1-1
		Fecha	ago-16
		Página	07/16
<ul style="list-style-type: none">Ser un líder proactivo que mantenga buenas relaciones tanto con clientes internos como externos.			
Funciones esenciales del cargo			
<ul style="list-style-type: none">Planeación, organización, dirección y control de todas las actividades de la empresa.Fijar políticas operativas, administrativas y de calidad para el cumplimiento de objetivos.Diseñar y ejecutar los planes de desarrollo, los planes de acción anual y los programas de inversión, mantenimiento y gastos.Llevar un registro de producción, ventas y gastos.Elaborar informes y reportes financieros para la toma de decisiones en la Junta de Accionistas.Tramitar la renovación del registro sanitario.Tramitar la renovación del registro de marca en el IEPI.Tramitar los permisos y autorizaciones correspondientes ante las respectivas instituciones de control como ARCSA, ARCH, MIPRO, Municipio, SRI, Ministerio del Ambiente, Bomberos, etc.Creación de nuevos puestos de trabajo de acuerdo a la necesidad de la empresa.Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.Diseñar un ambiente adecuado de trabajo que motive positivamente a los empleados.Demás funciones inherentes a su cargo que se vayan presentando con el crecimiento de la empresa.			

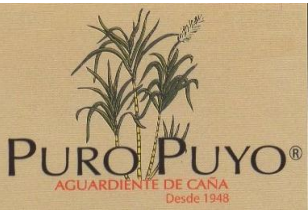
	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión	1-1
		Fecha	ago-16
		Página	08/16
Perfiles del cargo			
Educación:	Ingeniero en Administración de Empresas.		
Experiencia:	Mínimo 2 años de experiencia en cargos similares.		
Conocimientos:	Conocimiento de la industria del aguardiente, manejo de personal.		
Identificación del cargo			
Departamento:	ADMINISTRATIVO		
Denominación del cargo:	CONTADORA		
A quién reporta:	Gerente General		
Responsabilidades del cargo			
<ul style="list-style-type: none">▪ Responsable directo del proceso contable y de tributación			
Funciones esenciales del cargo			
<ul style="list-style-type: none">▪ Realizar el proceso contable.▪ Pagos a proveedores en coordinación con el Gerente General.▪ Emitir estados financieros.▪ Realizar declaraciones de impuestos al SRI.▪ Presentación de anexos y demás obligaciones tributarias.▪ Elaboración mensual de rol de pagos.▪ Pago mensual de planillas del IESS.▪ Cálculo y pago de liquidaciones del personal saliente.▪ Cálculo, registro y pago de beneficios sociales XIII, XIV sueldos.▪ Trámites de IESS, Ministerio de Trabajo y SRI.			

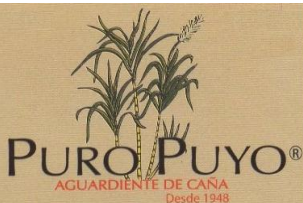
	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión	1-1
		Fecha	ago-16
		Página	09/16
Perfiles del cargo			
Educación:	Contador Público Autorizado CPA		
Experiencia:	Experiencia mínima de 2 años en cargos similares		
Conocimientos:	Contabilidad, Tributación, Rol de pagos, Ofimática e internet, Legislación laboral.		
Identificación del cargo			
Departamento:	ADMINISTRATIVO		
Denominación del cargo:	Secretaria		
A quién reporta:	Gerente General		
Responsabilidades del cargo			
<ul style="list-style-type: none">▪ Responsable de ejecutar correctamente los procesos y actividades dispuestas por el Gerente General.			
Funciones esenciales del cargo			
<ul style="list-style-type: none">▪ Manejo y archivo de documentos y correspondencia recibida y enviada.▪ Atención al público.▪ Realizar depósito bancario según reporte entregado por Dep. de Ventas.▪ Elaboración de documentos dispuestos por el Gerente General o Jefes Departamentales.▪ Adquisiciones de suministros, útiles y materiales de consumo solicitados por los demás departamentos previo visto bueno de Jefes Departamentales.▪ Ejecutar demás actividades y procesos administrativos dispuestos por Gerente General.			

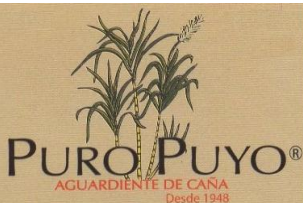
	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión	1-1
		Fecha	ago-16
		Página	10/16
Perfiles del cargo			
Educación:	Estudiante Superior de Secretariado Ejecutivo o carreras administrativas		
Experiencia:	Experiencia mínima de 2 años en cargos similares		
Conocimientos:	Ofimática e internet, Legislación laboral, Actividades de Secretaría, Conocimientos básicos de Contabilidad		
Identificación del cargo			
Departamento:	PRODUCCIÓN		
Denominación del cargo:	JEFE DE PRODUCCIÓN		
A quién reporta:	Gerente General		
Responsabilidades del cargo			
<ul style="list-style-type: none">▪ Responsable del mantenimiento del clima laboral adecuado.▪ Garantizar el cumplimiento de los requisitos de calidad y seguridad industrial en la manufactura del aguardiente.▪ Responsable del mantenimiento preventivo de la maquinaria y herramientas.			
Funciones esenciales del cargo			
<ul style="list-style-type: none">▪ Control y dirección técnica de las actividades del proceso productivo del aguardiente.▪ Distribuir oportuna y equitativamente las cargas de trabajo.▪ Llevar un registro de producción para informar a Gerente General.▪ Optimizar el uso y aprovechamiento de los recursos humanos y materiales.			

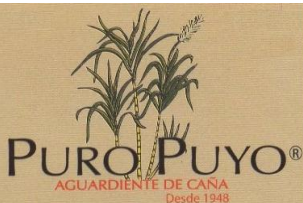
	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión	1-1
		Fecha	ago-16
		Página	11/16
<ul style="list-style-type: none">Optimizar el espacio industrial, mejorando el flujo de los procesos productivos.Implementar medidas de seguridad industrial para evitar accidentes de trabajo, con la respectiva capacitación al personal.Demás actividades dispuestas por el Gerente General.			
Perfiles del cargo			
Educación:	Técnico o Tecnólogo Industrial.		
Experiencia:	Mínimo 2 años de experiencia en cargos similares.		
Conocimientos:	Proceso productivo, seguridad industrial, normativa sobre reducción del impacto ambiental, manejo de personal.		
Identificación del cargo			
Departamento:	PRODUCCIÓN		
Denominación del cargo:	TÉCNICO DESTILADOR		
A quién reporta:	Jefe de Producción		
Responsabilidades del cargo			
<ul style="list-style-type: none">Responsable directo del proceso de destilación.			
Funciones esenciales del cargo			
<ul style="list-style-type: none">Control del grado de fermentación óptimo del jugo de caña para iniciar proceso de destilación.			

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión	1-1
		Fecha	ago-16
		Página	12/16
<ul style="list-style-type: none">▪ Control de todo el proceso de destilación:<ul style="list-style-type: none">▪ encender caldero,▪ llenar alambiques,▪ control de presión del caldero (70psi),▪ abrir y controlar el paso de vapor a alambiques,▪ regular la presión de vapor que ingresa al alambique,▪ control del flujo y salida de aguardiente,▪ control del grado del aguardiente mediante alcoholímetro GAY LUSSAC – CARTIER,▪ almacenar aguardiente en cajetín,▪ bombear aguardiente a tanques de almacenamiento,▪ filtrado e hidratación al grado autorizado según norma INEN.▪ Compra y transporte de diésel de acuerdo a cuantía autorizada por la ARCH.▪ Demás actividades dispuestas por Gerente General y Jefe de Producción.			
Perfiles del cargo			
Educación:	Bachiller en cualquier área		
Experiencia:	Mínimo 5 años de experiencia en producción de aguardiente y operación de calderos.		
Conocimientos:	Conocimiento del proceso productivo		
Identificación del cargo			
Departamento:	PRODUCCIÓN		
Denominación del cargo:	JORNALEROS		
A quién reporta:	Jefe de Producción		

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión	1-1
		Fecha	ago-16
		Página	13/16
Responsabilidades del cargo			
<ul style="list-style-type: none">▪ Responsables del cultivo, cosecha y molienda de la caña.			
Funciones esenciales del cargo			
<ul style="list-style-type: none">▪ Siembra de caña▪ Fertilización▪ Control manual y químico de malezas▪ Despaje e inclinación de la caña (eliminación de hojas secas para maduración apropiada)▪ Cosecha selectiva▪ Transporte al área de molienda▪ Proceso de molienda en trapiches▪ Control de llenado de jugo de caña en tanques fermentadores▪ Limpieza de trapiches▪ Limpieza y mantenimiento del área de molienda▪ Limpieza y desinfección de tanques fermentadores▪ Acumulación de bagazo▪ Adecuación de caminos con bagazo en el cañaveral▪ Demás actividades dispuestas por Gerente General y Jefe de Producción.			
Perfiles del cargo			
Educación:	No se requiere preparación alguna		
Experiencia:	Experiencia mínima de 1 año en trabajos agrícolas y similares		
Conocimientos:	Manejo de trapiche y herramientas agrícolas.		

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión	1-1
		Fecha	ago-16
		Página	14/16
Identificación del cargo			
Departamento:	PRODUCCIÓN		
Denominación del cargo:	AYUDANTE DE PRODUCCIÓN		
A quién reporta:	Jefe de Producción		
Responsabilidades del cargo			
<ul style="list-style-type: none">▪ Responsable del envasado, etiquetado y almacenamiento del aguardiente para la venta.			
Funciones esenciales del cargo			
<ul style="list-style-type: none">▪ Control de grado alcohólico antes del envasado▪ Envasado▪ Tapado▪ Etiquetado▪ Almacenamiento▪ Control de existencias de envases y suministros.▪ Requerimiento oportuno de envases y suministros a Jefe Inmediato.▪ Registro de entrega del producto a Departamento de Ventas.▪ Limpieza del lugar de almacenamiento▪ Demás actividades dispuestas por Gerente General y Jefe de Producción.			
Perfiles del cargo			
Educación:	Bachiller en área administrativa		
Experiencia:	No se requiere experiencia		
Conocimientos:	Conocimientos básicos de inventario.		

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión	1-1
		Fecha	ago-16
		Página	15/16
Identificación del cargo			
Departamento:	VENTAS		
Denominación del cargo:	JEFE DE VENTAS		
A quién reporta:	Gerente General		
Responsabilidades del cargo			
<ul style="list-style-type: none">▪ Responsable directo del proceso de ventas y apertura de mercados.			
Funciones esenciales del cargo			
<ul style="list-style-type: none">▪ Planificar y organizar el trabajo del vendedor.▪ Definir técnicas y estrategias para incrementar ventas.▪ Realizar estudios de mercado para incrementar puntos de venta.▪ Diseñar canales de distribución.▪ Analizar alianzas estratégicas con distribuidores.▪ Desarrollar estrategias de promoción y publicidad.▪ Llevar registro de clientes y realizar seguimiento a los mismos.▪ Recoger información útil para la empresa tanto del mercado como de su equipo de trabajo.▪ Llevar un registro de ventas para informar a Gerente General.▪ Demás actividades dispuestas por el Gerente General.			
Perfiles del cargo			
Educación:	Profesional en el área administrativa		
Experiencia:	Experiencia mínima de 2 años en cargos similares		
Conocimientos:	Técnicas de venta, estudio de mercado, manejo de personal.		

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión	1-1
		Fecha	ago-16
		Página	16/16
Identificación del cargo			
Departamento:	VENTAS		
Denominación del cargo:	VENDEDOR		
A quién reporta:	Jefe de Ventas		
Responsabilidades del cargo			
<ul style="list-style-type: none">▪ Responsable de la venta y atención al público,			
Funciones esenciales del cargo			
<ul style="list-style-type: none">▪ Venta al consumidor final y emisión del respectivo comprobante de venta.▪ Atención a clientes.▪ Entregar reporte de ventas diario a Jefe de Ventas.▪ Informe a Jefe de Ventas sobre reclamos, quejas o sugerencias de los clientes.▪ Solicitar producto a Ayudante de Producción.▪ Llevar un registro de entradas y salidas del producto con los respaldos correspondientes.▪ Presentar oportunamente requerimiento de suministros a Jefe Inmediato.▪ Demás actividades dispuestas por Gerente General y Jefe de Ventas.			
Perfiles del cargo			
Educación:	Bachiller en área administrativa		
Experiencia:	Experiencia mínima de 1 año en ventas.		
Conocimientos:	Técnicas de venta, llenado de comprobantes de venta, atención al cliente.		

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Se concluye que la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo” a pesar de tener 68 años de creación se ha administrado de manera tradicional y empírica sin implementar ninguna técnica de organización administrativa, según demuestran los resultados de la investigación, su propietario no ha dado la debida importancia al tema de motivar a sus empleados y mejorar el desempeño laboral.

Al no tener una estructura organizacional definida la empresa no cuenta con personal calificado que la administre y pueda desarrollar planes dirigidos a satisfacer las necesidades de los clientes, así como aprovechar las características del producto que tienen muy buena aceptación en el mercado para implementar técnicas de promoción y publicidad que permitan incrementar ventas.

Según la medición del nivel de ingresos se concluye que la empresa ha incrementado el nivel de ingresos en los últimos años gracias al cumplimiento de requisitos y la obtención de permisos y autorizaciones exigidos por las instituciones de control, lo cual le ha dado cierto grado de formalidad a la empresa y ha permitido mejorar algunas características del producto que han tenido buena aceptación en los clientes.

Recomendaciones

Se recomienda que la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo” implemente el manual de organización y funciones propuesto con la finalidad de que la empresa sea administrada de manera profesional y técnica, consiguiendo un excelente desempeño laboral de parte de todos los empleados lo cual favorecerá a mejorar la productividad.

Se recomienda al propietario que se ejecute la estructura organizacional propuesta con la respectiva contratación del nuevo personal con la finalidad de cumplir los procesos administrativos, actividades y funciones descritas y que al momento no se desarrollan en la empresa, lo cual permitirá incrementar su producción, satisfacer las necesidades de los clientes y mejorar su posicionamiento en el mercado.

Gracias al cumplimiento con las instituciones de control la empresa ha logrado mejorar su nivel de ingresos en los últimos años por lo que se recomienda continuar con la obtención y renovación de permisos, autorizaciones y demás documentación reglamentaria con la finalidad de que la empresa obtenga un alto grado de formalidad que permita mejorar en gran manera los ingresos.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, L. (17 de Junio de 2005). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/cargos-ocupaciones-puesto-trabajo/>
- Alvarez, L. (9 de Mayo de 2014). *Prezi*. Obtenido de <https://prezi.com/rb69pzp-1u4p/funciones-administrativas/>
- Archivo Nacional del Ecuador. (s.f.). *Archivo Nacional del Ecuador ANE*. Obtenido de <http://www.ane.gob.ec/boletines/estancos/>
- Ballesteros, M. (9 de Mayo de 2014). *Prezi*. Obtenido de https://prezi.com/_k_osfpsu8cm/principios-valores/
- Banco Central del Ecuador. (s.f.). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/servlet/fin.bce.comercio.seguridad.ConexionCex?pagDestino=/comercio/consultaXNandinaImportExport.jsp
- Barreda, J. (22 de Junio de 2011). *Slideshare*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/Barredex/filosofa-empresarial-8394014>
- Bermudez, S. (19 de Mayo de 2015). *Prezi*. Obtenido de https://prezi.com/tsrx_fehszuw/la-empresa/
- Biblioteca Banco Central del Ecuador. (s.f.). *Biblioteca Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <http://biblioteca.bce.ec/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=101159>
- Blandez, M. (2016). *Proceso Administrativo* (Primera ed.). México: Editorial Digital UNID.
- Blas, P. (2014). *Diccionario de administración y finanzas* (Primera ed.). Bloomington: Palibrio LLC.
- Capilla, J. (9 de Abril de 2014). *Función Administrativa I*. Obtenido de <http://funad14.blogspot.com/2014/04/principios-de-la-organizacion.html>
- Cárdenas, R. (2014). *Análisis del consumidor* (Primera ed.). México: UNID.
- Concepto de*. (2015). Obtenido de <http://concepto.de/mision-y-vision/>
- Concepto de definición de*. (9 de Julio de 2014). Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/valores-organizacionales/>
- Daft, R. (2012). *Teoría y diseño organizacional* (Décima ed.). México D.F.: CENGAGE Learning.
- Escudero, M. J. (2014). *Gestión de compras* (Primera ed.). Madrid, España: Paraninfo S.A.
- Gil, M. (2010). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa* (Octava ed.). Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Griffin, R. (2011). *Administración* (Décima ed.). Texas, Estados Unidos: CENGAGE Learning.

- Krugman, P., Wells, R., & Olney, M. (2008). *Fundamentos de economía* (Primera ed.). Barcelona, España: REVERTÉ S.A.
- Londoño, T. (s.f.). *Monografias.com*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos90/principios-departamentalizacion-organizacional/principios-departamentalizacion-organizacional.shtml>
- López, M. (2010). *Fundamentos de Economía, Empresa, Derecho, Administración y Metodología de la investigación aplicada a la RSC* (Primera ed.). Coruña, España: NETBIBLO, S.L.
- Ministerio del Interior. (s.f.). *Ministerio del Interior*. Obtenido de <http://www.ministeriointerior.gob.ec/47-569-litros-de-licor-adulterado-fueron-decomisados-en-quito/>
- Mollá, A., Gloria, B., Gómez, M., & Quintanilla, I. (2014). *Comportamiento del consumidor* (Primera ed.). Barcelona, España: UOC.
- Obed, D. (s.f.). *Monografias.com*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos82/comunicacion-organizacion/comunicacion-organizacion2.shtml>
- Pérez, J., & Merino, M. (2014). *Definición.de*. Obtenido de <http://definicion.de/requisitos/>
- Piñero, A. (Junio de 2016). *Calameo*. Obtenido de <http://es.calameo.com/read/004576057fff861623d3d>
- Prezi. (08 de Junio de 2015). Obtenido de <https://prezi.com/i8hpveb8iwr1/national-cleaning-sa/>
- Recursos Humanos*. (s.f.). Obtenido de <http://recursoshumanosperu.blogspot.com/2007/09/manual-de-organizacin-y-funciones.html>
- Robbins, S., & Coulter, M. (2010). *Administración* (Décima ed.). (P. Guerrero, Ed.) México, México: PEARSON EDUCACION. Recuperado el 12 de Junio de 2016
- rrhh-web.com*. (s.f.). Obtenido de <http://www.rrhh-web.com/analisisdepuesto4.html>
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2010). *Economía* (Decimoctava ed.). México, D.F.: McGraw-Hill Interamericana. Recuperado el 15 de Junio de 2016
- Sánchez, E. (2010). *Administración de empresas, un enfoque interdisciplinar* (Primera ed.). Madrid, España: Paraninfo.
- Servicio Ecuatoriano de Normalización. (s.f.). *Servicio Ecuatoriano de Normalización*. Obtenido de <http://www.normalizacion.gob.ec/>
- Valdivia, J. (2015). *Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas* (Primera ed.). IC Editorial.

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES DE AGUARDIENTE “PURO PUYO”

Objetivo: Obtener información de los consumidores de Aguardiente “Puro Puyo” con la finalidad de proponer una alternativa de solución al problema de la empresa.

Instrucciones: Marque con una X según corresponda su respuesta. Rogamos sinceridad.

1. ¿Por qué medio se enteró sobre la existencia de Aguardiente “Puro Puyo”?

- | | |
|-----------------------|-----|
| Radio | () |
| Periódico | () |
| Revista | () |
| Internet / Página Web | () |
| Amigo / Familiar | () |

2. Señale la principal característica que considera al comprar Aguardiente “Puro Puyo”

- | | |
|----------------|-----|
| Precio | () |
| Sabor | () |
| Calidad | () |
| Envase | () |
| Punto de venta | () |

3. ¿Considera necesario que existan otros puntos de venta de Aguardiente “Puro Puyo”?

- | | |
|---------|-----|
| Si | () |
| No | () |
| No sabe | () |

4. ¿En comparación con otros productos semejantes, la calidad de Aguardiente “Puro Puyo” es?:

- | | |
|----------------------|-----|
| Mucho menor | () |
| Menor | () |
| Más o menos la misma | () |
| Mayor | () |
| Mucho mayor | () |

5. ¿Cree que el precio de Aguardiente “Puro Puyo” es?:

- Extremadamente alto ()
- Muy alto ()
- Justo ()
- Muy bajo ()
- Extremadamente bajo ()

6. ¿Estaría dispuesto a pagar un valor más alto por Aguardiente “Puro Puyo” si se envasa en botellas de vidrio?

- Si ()
- No ()
- No sabe ()

7. ¿Cuánta competencia de Aguardiente “Puro Puyo” conoce que existe en el mercado?

- Demasiada competencia ()
- Mucha competencia ()
- Suficiente competencia ()
- Poca competencia ()
- Nada de competencia ()

8. ¿Cree usted que aguardiente “Puro Puyo” tendría mayor acogida si se modifica su imagen?

- Si ()
- No ()
- No sabe ()

9. ¿Señale cuál de los siguientes aspectos considera usted que motivaría la compra de Aguardiente “Puro Puyo”?

- Publicidad ()
- Promociones ()
- Descuentos ()

Gracias por su colaboración

ANEXO 2

ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE DE LA FÁBRICA DE AGUARDIENTE “PURO PUYO”

Objetivo: Obtener información del Gerente de la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo” con la finalidad de proponer una alternativa de solución al problema de la empresa.

1. ¿De qué manera se ha organizado la empresa a lo largo de estos años?
2. Describa los objetivos y las metas de la empresa.
3. ¿Cómo se distribuyen y se asignan las tareas a desempeñar por los empleados?
4. ¿Qué cambios se han implementado en los últimos años?
5. ¿Qué factores externos podría aprovechar la Fábrica de Aguardiente Puro Puyo?
6. ¿Qué aspectos le falta implementar o mejorar a la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo” para que mejore su rendimiento empresarial?

Gracias por su colaboración

ANEXO 3

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS EMPLEADOS DE LA FÁBRICA DE AGUARDIENTE “PURO PUYO”

Objetivo: Obtener información de los Empleados de la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo” con la finalidad de proponer una alternativa de solución al problema de la empresa.

1. Indique su cargo y describa las tareas y actividades que desempeña.
2. ¿De qué manera la empresa incentiva al personal para motivar su trabajo?
3. ¿Qué capacitaciones ha recibido para el desempeño eficaz de su trabajo?
4. ¿Qué limitaciones ha tenido al momento de realizar su trabajo?
5. ¿Qué aspectos debe mejorar la Fábrica de Aguardiente “Puro Puyo”?

Gracias por su colaboración

ANEXO 4

NIVEL DE INGRESOS DE LA FÁBRICA DE AGUARDIENTE “PURO PUYO”

AÑO	INGRESOS
2011	27.732,00
2012	31.325,00
2013	33.263,25
2014	36.145,50
2015	44.496,25

